



rimini per i congressi

coordinamento e qualità
del sistema congressuale riminese
standard di qualità del servizio

un'iniziativa di



società del:  RiminiFiera
gruppo

Convention Bureau della Riviera di Rimini

Rimini per i congressi
Coordinamento e qualità
del sistema congressuale riminese

Indice

Marchio di qualità Rimini per i Congressi	3
Filiera congressuale	7
1. Sedi congressuali	11
2. Servizi accessori	17
2.1 Imprese di allestimenti	18
2.2 Imprese di assistenza congressuale	20
2.3 Imprese di ristorazione e catering	22
2.4 Imprese di servizi tecnologici	24
2.5 Imprese di spettacolo	26
2.6 Imprese di trasporto	28
3. Alberghi	31
4. Agenzie di organizzazione congressuale	35
4.1 Imprese di organizzazione congressuale - PCO	36
4.2 Destination Management Company - DMC	38

"Rimini per i Congressi"

è un'iniziativa di Convention Bureau della Riviera di Rimini

a cura di Gabriella Gentile, Meeting Consultants srl, Bologna

coordinamento Alessandra Fiorano, CBRR

ricercatore Claudia Temeroli

progetto grafico Relè/Tassinari Vetta

stampa Ramberti Arti Grafiche

Copyright 2007

Tutti i diritti riservati - Riproduzione vietata

Marchio
di qualità
**Rimini per
i congressi**

"Rimini per i Congressi" è un progetto di Convention Bureau della Riviera di Rimini finalizzato alla crescita qualitativa dell'offerta congressuale del territorio, che si fonda sulla consapevolezza dell'importanza di offrire alla domanda nazionale ed internazionale un prodotto completo, diversificato e di qualità.

L'obiettivo è quello di presentarsi al mercato con un marchio riconoscibile che fornisca un'immagine di destinazione efficace, innovativa e qualificata, orientata alla soddisfazione della clientela e attenta all'evoluzione dei suoi bisogni.

Avviato nel 2001, il progetto "Rimini per i Congressi" definisce gli standard di qualità del servizio che devono essere garantiti a chi organizza o partecipa ad un evento nel territorio riminese. Senza nulla togliere alla flessibilità e all'autonomia di ogni singola azienda, tali standard sono condivisi da tutti i soggetti partecipanti al progetto, che si impegnano a rispettarli in un'ottica di qualità globale della destinazione.

Sono coinvolti nell'iniziativa i rappresentanti della filiera che in maniera più diretta interagiscono per l'organizzazione di un evento, dalle sale ai servizi ausiliari.

Per ciascuna categoria, oltre ai requisiti base di accesso, sono definiti gli standard di riferimento per l'erogazione del servizio nelle diverse fasi operative e di contatto con il cliente:

- comunicazione istituzionale
- informazione alla clientela
- assistenza alla clientela (prima, durante e dopo l'evento)
- contratto
- consuntivo e follow-up
- gestione della clientela

L'assegnazione del marchio è il riconoscimento di un complesso di requisiti di qualità del servizio che le imprese partecipanti si impegnano ad assicurare alla clientela congressuale.

Esso viene concesso sulla base di indicatori obiettivi e trasparenti, codificati con riferimento a quanto definito dalle principali associazioni nazionali ed internazionali del settore. Ha durata annuale ed è riconfermabile se perdurano i requisiti necessari o revocabile in assenza degli stessi. Per questa ragione sono istituite procedure di verifica periodica, tra cui la costituzione di un Comitato di Marchio composto da esperti del settore che, tramite sopralluoghi, assicura il permanere dei requisiti e degli standard di qualità.

Oltre agli standard di servizio previsti dal Marchio di Qualità "Rimini per i Congressi", le aziende certificate si impegnano a lavorare anche per il raggiungimento dei seguenti requisiti di eccellenza:

- essere attente alla qualità del proprio prodotto e prevedere investimenti periodici per interventi di manutenzione, rimodernamento o miglioria (struttura, arredi, attrezzature tecniche o altro);
- possedere un riconoscimento per il proprio impegno in difesa dell'ambiente (Ecolabel) e/o adottare misure per ridurre l'impatto delle proprie attività sull'ambiente stesso;
- essere attive nel campo congressuale, assicurando una comprovata esperienza nel proprio settore e la gestione di un congruo numero di eventi congressuali ogni anno;

- aderire alle associazioni di settore nazionali o internazionali, laddove presenti, e condividerne gli standard etici e professionali;
- assicurare l'osservanza dei principi che regolano il mantenimento di rapporti corretti e di integrità professionale nell'esercizio della propria attività, nei confronti della clientela e della concorrenza;
- investire in attività di formazione periodica per l'aggiornamento e la crescita professionale dei propri collaboratori attraverso la partecipazione a seminari o corsi (almeno una volta all'anno);
- essere sensibili ad iniziative di collaborazione con gli altri operatori della filiera locale per il miglioramento della qualità dei servizi e per lo sviluppo di iniziative comuni per la promozione del territorio, della sua immagine e delle sue tipicità, dando così un concreto contributo alla diffusione e all'affermazione della marca territoriale in ambito nazionale ed internazionale.

**Filiera
congressuale**

Gli standard di qualità del servizio che l'assegnazione del marchio "Rimini per i Congressi" assicura alla clientela fanno riferimento ai segmenti primari della filiera congressuale locale:

1. Sedi congressuali

- Centri congressi
- Sedi congressuali alberghiere
- Sedi storiche
- Sedi polivalenti

2. Servizi accessori

- Imprese di allestimenti
- Imprese di assistenza congressuale
- Imprese di ristorazione e catering
- Imprese di servizi tecnologici
- Imprese di spettacolo
- Imprese di trasporto

3. Alberghi

4. Agenzie di organizzazione congressuale

- Imprese di organizzazione congressuale - PCO
- Destination Management Company - DMC

1.

Sedi
congressuali

1. Sedi congressuali

Per sedi congressuali si intendono le strutture che dispongono di sale permanentemente dedicate e appositamente predisposte per lo svolgimento di riunioni ed eventi, dotate di installazioni tecniche di base, adeguate alle esigenze più diverse, provviste degli spazi e dei servizi indispensabili al confronto intellettuale e materiale dei partecipanti e in grado di offrire personale specializzato in possesso di adeguata esperienza in materia e plurilingue.

Le "sedi congressuali" vengono suddivise nelle seguenti diverse tipologie:

- centri congressi
- sedi congressuali alberghiere
- sedi storiche
- sedi polivalenti

La sede deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare i requisiti strutturali per i quali si rimanda all'Appendice (p. 14).

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- la sede dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della struttura e della propria attività
- la sede dispone di documentazione fotografica, piante in scala e schede tecniche chiare e complete da fornire al cliente relativamente ai propri spazi e alle dotazioni d'arredo e tecnologiche
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, piante, schede tecniche, sito Internet)

Informazione alla clientela

- la sede dispone di una struttura commerciale esperta e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative (caratteristiche e disponibilità degli spazi, prezzi, ecc.)
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di testi e presentazioni, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese (in caso di cliente straniero è titolo preferenziale la conoscenza della lingua parlata dal cliente)
- è disponibile un tariffario di riferimento relativamente al noleggio degli spazi e dei servizi ad essi collegati, fatta salva la necessità di redigere preventivi personalizzati laddove richiesto

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- la sede invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - spazi utilizzati
 - tempi e tipologie di utilizzo
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)

eventuali forniture in esclusiva
condizioni di opzione e modalità di conferma
condizioni di pagamento, in caso di conferma
eventuali penali, in caso di conferma
eventuali commissioni o sconti

- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- la sede fornisce attività di consulenza relativamente alla progettazione e all'organizzazione dell'evento, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente
- la sede garantisce il reperimento e il coordinamento dei fornitori necessari alla realizzazione della manifestazione, selezionandoli sulla base della loro migliore idoneità a soddisfare le esigenze specifiche e le aspettative del cliente
- la sede è responsabile ed assicura la qualità, non solo del proprio prodotto, ma anche di tutti i fornitori coinvolti
- la sede è disponibile a coordinare incontri di tipo organizzativo con i fornitori impiegati, qualora il cliente ne faccia richiesta

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, la sede dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - spazi utilizzati
 - tempi e tipologie di utilizzo
 - condizioni commerciali
 - eventuali forniture in esclusiva
 - responsabilità a carico del cliente e a carico della sede
 - coperture assicurative esistenti e richieste al cliente
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- le tariffe di noleggio delle sale includono (almeno):
 - amplificazione (per sale con capienza superiore a 50 persone)
 - kit di accoglienza al tavolo di presidenza (acqua, bicchieri, carta e penna)
 - climatizzazione
 - illuminazione generale
 - pulizie quotidiane
 - presidio dei servizi igienici
 - presenza di personale specializzato: almeno un addetto all'assistenza della clientela e/o un responsabile tecnico
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- è garantita la presenza di personale specializzato (di assistenza e tecnico/operativo) durante tutte le fasi della manifestazione (allestimento, svolgimento, disallestimento)
- il personale di assistenza assicura la conoscenza della lingua inglese (solo per il personale tecnico/operativo, se richiesto dal cliente)
- il personale in servizio (tecnico/operativo) è sempre riconoscibile tramite divisa e badge aziendale

- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- viene redatto un documento scritto a riepilogo delle richieste dell'ultimo minuto da consegnare al cliente, per reciproca conferma e accettazione, al termine di ogni giornata e/o, comunque, prima del termine dell'evento
- è garantito il coordinamento ed il controllo della qualità dei servizi forniti sia in forma diretta sia tramite fornitori esterni
- è garantita l'immediata gestione e intervento in caso di non efficienza o rispondenza dei servizi forniti rispetto a quanto concordato con il cliente

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- la sede redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 7 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- la sede prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - la sede si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione la sede invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione la sede misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'intestatario del contratto

Appendice: requisiti strutturali di una "sede congressuale"

Una **sede congressuale** deve rispondere ai seguenti requisiti:

- i locali utilizzati devono essere indipendenti dai luoghi riservati ad altre attività ed offrire un ambiente idoneo al congresso
- l'accesso ai locali non deve essere soggetto ad alcuna costrizione di partecipazione ad altre attività della struttura
- l'accesso deve essere consentito ai portatori di handicap
- devono essere rispettate tutte le norme vigenti in materia di prevenzione incendi, uscite di sicurezza, impianti elettrici, ecc.

Un **centro congressi** deve disporre di:

- più sale di differente grandezza, di cui una con capienza sufficiente ad accogliere in seduta plenaria tutti i partecipanti ad una riunione, con dichiarata capacità massima
- sale minori che permettano il riunirsi di comitati, sessioni e gruppi di lavoro
- uffici di supporto operativo in numero adeguato proporzionalmente alle sale

Le **sale riunioni** devono essere dotate di:

- poltrone o sedie in numero corrispondente alla capienza dichiarata
- palco o pedana (per sale con capienza superiore a 100 posti)
- tavolo di presidenza e podio
- schermo adeguato alle dimensioni della sala

- impianto di amplificazione e microfoni (per sale con capienza superiore a 50 posti)
- impianto di climatizzazione
- potenza elettrica adeguata al funzionamento dell'illuminazione, dell'amplificazione e delle proiezioni, opportunamente distribuita nella sala stessa
- presa di corrente in prossimità del palco
- insonorizzazione
- possibilità di oscuramento

Per le sale con capienza superiore ai 300 posti si richiede la disponibilità di:

- cablaggi audio e video posizionati nella sala o sul palco, che consentano il controllo da parte di una regia centralizzata
- impianto di illuminazione graduabile e/o sezionabile, con controllo facilmente accessibile dalla sala e dalla regia

Inoltre, devono essere disponibili gli spazi supplementari di seguito elencati.

Foyer:

possibilmente centrale, collegato a tutte le sale e dotato di:

- banchi per la registrazione dei partecipanti
- attacchi elettrici
- possibilità di installazione di linee telefoniche e modem
- sistemi segnaletici e per la diffusione dei messaggi
- servizi igienici e commisurati alla capacità della struttura
- accessibilità a tutti i livelli della struttura senza scalini (ascensori e montacarichi)

Spazi di servizio:

- bar
- guardaroba
- area per il servizio di ristorazione e necessari spazi di disbrigo
- area per l'immagazzinamento delle merci
- aree di parcheggio riservate e/o convenzionate con la struttura

Una **sede congressuale alberghiera** deve disporre di un centro congressi rispondente ai requisiti sopra definiti e di:

- almeno una sala congressuale con dichiarata capacità massima uguale o superiore a 100 posti
- un numero minimo di uffici di supporto operativo

Una **sede storica** deve disporre di:

- almeno una sala congressuale con dichiarata capacità massima
- adeguate strutture igieniche commisurate alla capacità di accoglimento della sede

È titolo preferenziale la soddisfazione dei requisiti di un centro congressi in termini di spazi di foyer e di servizio e la dotazione di tutte le attrezzature necessarie per l'allestimento di una sala riunioni.

In caso di utilizzo per pranzi, cene di gala ed eventi sociali in genere, è auspicabile la disponibilità di adeguati spazi di lavoro per la preparazione dei servizi di ristorazione in linea con le vigenti norme sanitarie.

Una **sede polivalente** deve disporre di:

- almeno una sala congressuale con dichiarata capacità massima o uno spazio libero allestibile a fini congressuali
- un numero minimo di uffici di supporto operativo

È titolo preferenziale la soddisfazione dei requisiti di un centro congressi in termini di spazi di foyer e di servizio e, in caso di spazio libero, la dotazione di tutte le attrezzature necessarie per l'allestimento di una sala riunioni.

2.

**Servizi
accessori**

2.1 Imprese di allestimenti

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle leggi nazionali e comunitarie che regolamentano l'erogazione dei servizi ed in particolare le norme di sicurezza (D.Lgs 626/94, etc.)
- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali
- la sicurezza e la qualità dei materiali forniti
- la fornitura di personale qualificato, opportunamente addestrato, in grado di soddisfare le esigenze del cliente nelle diverse fasi di erogazione del servizio (allestimento, svolgimento e disallestimento)
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- l'azienda dispone di documentazione fotografica e di schede tecniche chiare e complete relativamente al materiale e agli arredi standard
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, schede tecniche, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative (caratteristiche e disponibilità di materiali e arredi, prezzi, ecc.)
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è disponibile un tariffario di riferimento relativamente alla fornitura degli arredi di base, fatta salva la necessità di redigere preventivi personalizzati laddove richiesto

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - materiali forniti e tipo di assistenza
 - luogo, tempi e modalità per la fornitura
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - tempi e modalità di conferma
 - condizioni di pagamento, in caso di conferma
 - eventuali penali, in caso di conferma
 - eventuali commissioni o sconti

- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla individuazione degli allestimenti più idonei
- l'azienda è disponibile a realizzare un progetto degli allestimenti utilizzando programmi specializzati di grafica, laddove richiesto
- prima della manifestazione il cliente può richiedere di prendere visione dei materiali e degli arredi che verranno utilizzati, se lo ritiene opportuno

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - materiali forniti e tipo di assistenza
 - luogo, tempi e modalità per la fornitura
 - condizioni commerciali
 - responsabilità a carico del cliente e a carico dell'impresa
 - coperture assicurative esistenti
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- è garantita la presenza di personale in numero e livello professionale adeguato e di un responsabile di coordinamento durante l'allestimento
- il personale in servizio è sempre riconoscibile tramite divisa e/o badge aziendale
- il responsabile di coordinamento assicura la conoscenza della lingua inglese (qualora il cliente ne faccia specifica richiesta)
- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- viene redatto un documento scritto a riepilogo delle richieste dell'ultimo minuto da consegnare al cliente, per reciproca conferma e accettazione, al termine di ogni giornata e/o, comunque, prima del termine dell'evento
- è assicurata la disponibilità di personale e arredi di scorta (per quelli standard) durante le fasi di allestimento e di manifestazione
- in caso di bisogno è garantito l'immediato intervento di personale specializzato
- è garantita l'immediata sostituzione e riparazione di arredi non in ordine o qualitativamente non adeguati rispetto a quanto concordato con il cliente

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
- l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente

- al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'interessatario del contratto

2.2 Imprese di assistenza congressuale

Si intendono le aziende che forniscono personale di assistenza linguistica ed operativa in fase congressuale, e in particolare: interpretariato, hostess e personale di sorveglianza.

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali
- la disponibilità di una sede operativa attrezzata ad ufficio, con dotazioni tecnologiche adeguate e personale commisurato in numero alla dimensione degli eventi ai quali intende fornire i propri servizi
- la fornitura di personale professionale, qualificato e opportunamente istruito, in grado di soddisfare le esigenze del cliente durante il servizio
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative (caratteristiche, disponibilità, prezzi, ecc.)
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di testi e preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è disponibile un tariffario di riferimento

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - tipologia dei servizi
 - luogo, tempi e modalità di esecuzione
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)

- tempi e modalità di conferma
- condizioni di pagamento, in caso di conferma
- eventuali penali, in caso di conferma
- eventuali commissioni o sconti
- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla progettazione e alla organizzazione del servizio più adeguato, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente
- l'azienda è disponibile ad organizzare un incontro di tipo informativo e organizzativo con il personale impiegato (briefing di durata inferiore alle 2 ore), qualora il cliente ne faccia richiesta

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - tipologia dei servizi
 - luogo, tempi e modalità di esecuzione
 - condizioni commerciali
 - responsabilità a carico del cliente e responsabilità a carico dell'impresa
 - coperture assicurative esistenti
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- inoltre, in caso di servizi di interpretariato, il contratto riporta:
 - definizione della/e lingua/e verso e dalla/e quali è richiesto il servizio
 - strutture tecniche e logistiche necessarie
 - modalità di scambio della documentazione relativa al servizio richiesto
 - garanzia del rispetto della deontologia professionale
 - rispetto nei confronti del committente dei doveri di segretezza e riservatezza
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- l'azienda assicura l'utilizzo di professionisti (interpreti) con provato iter formativo e di aggiornamento professionale
- l'azienda garantisce l'utilizzo di personale (hostess e personale di vigilanza) specificamente formato e opportunamente istruito rispetto alle esigenze della manifestazione
- il personale in servizio (hostess e personale di vigilanza) è riconoscibile sempre tramite idonea divisa
- il personale (hostess) garantisce la conoscenza delle lingue straniere, qualora il cliente ne faccia richiesta
- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- viene redatto un documento scritto a riepilogo delle richieste dell'ultimo minuto da consegnare al cliente, per reciproca conferma e accettazione, al termine di ogni giornata e/o, comunque, prima del termine dell'evento

- è garantita la reperibilità di un responsabile durante gli orari di svolgimento del servizio

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'instatario del contratto

2.3 Imprese di ristorazione e catering

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle leggi nazionali e comunitarie che regolamentano l'erogazione dei servizi ed in particolare le norme di igiene e sicurezza (D.Lgs 626/94, etc.)
- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi, e previdenziali
- la possibilità per il cliente di scegliere, oltre alle diverse tipologie di servizio (a buffet, al tavolo, ecc.), anche tra le varie tipologie di menu (vegetariano, kosher, ecc.)
- la fornitura di personale qualificato, opportunamente addestrato, in grado di soddisfare le esigenze del cliente durante il servizio
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- l'azienda dispone di documentazione fotografica e di proposte standard relativamente ai servizi forniti
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, menu, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative (caratteristiche, prezzi, ecc.)

- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è disponibile un tariffario di riferimento relativamente ai servizi standard, fatta salva la necessità di redigere preventivi personalizzati laddove richiesto

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - luogo, tempi e modalità per la fornitura
 - menu (cibi e bevande)
 - tipo di servizio
 - numero di camerieri per persona
 - allestimento tavoli e buffet (dimensioni, tovagliato, addobbi floreali, ecc.)
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - tempi e modalità di conferma
 - condizioni di pagamento, in caso di conferma
 - eventuali penali, in caso di conferma
 - eventuali commissioni o sconti
- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla progettazione e individuazione del servizio più adeguato, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente
- prima della manifestazione il cliente può richiedere di verificare preventivamente in occasione di manifestazioni analoghe il servizio richiesto, se lo ritiene opportuno

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - luogo, tempi e modalità per la fornitura
 - menu (cibi e bevande)
 - tipo di servizio
 - numero di camerieri per persona
 - allestimento tavoli e buffet (dimensioni, tovagliato, addobbi floreali, ecc.)
 - condizioni commerciali
 - numero minimo garantito
 - tempi e modalità per la variazione nel numero dei partecipanti
 - responsabilità a carico del cliente, responsabilità a carico dell'impresa
 - coperture assicurative esistenti
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- è garantita la presenza di personale in numero e livello professionale adeguato e di un responsabile di sala con specifica esperienza

- il personale in servizio è riconoscibile sempre tramite idonea divisa, che potrà variare a seconda della tipologia dell'evento
- è garantita la conoscenza base della lingua inglese da parte del personale in servizio, qualora il committente ne faccia specifica richiesta
- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- viene redatto un documento scritto a riepilogo delle richieste dell'ultimo minuto da consegnare al cliente, per reciproca conferma e accettazione, al termine di ogni giornata e/o, comunque, prima del termine dell'evento
- è assicurata la disponibilità di personale e forniture di scorta (cibi e bevande) in caso di necessario intervento di emergenza nell'ordine almeno del 10% rispetto al numero confermato

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'intestatario del contratto

2.4 Imprese di servizi tecnologici

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle leggi nazionali e comunitarie che regolamentano l'erogazione dei servizi ed in particolare le norme di sicurezza (Legge 46/90, D.Lgs 626/94, etc.)
- il rispetto degli standard quantitativi e qualitativi stabiliti dagli organismi internazionali (ISO, DIN, CEI, ecc.) relativamente alla tipologia e alle procedure di installazione delle apparecchiature
- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali
- la fornitura di sistemi tecnologici e apparecchiature adeguate e in piena efficienza
- la presenza di personale qualificato, opportunamente addestrato, in grado di soddisfare le esigenze del cliente nelle diverse fasi di erogazione del servizio (allestimento, manifestazione e disallestimento)
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività

- l'azienda fornisce al cliente schede tecniche chiare e complete relativamente al materiale e alle attrezzature tecniche standard
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, schede tecniche, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative (caratteristiche e disponibilità delle attrezzature, prezzi, ecc.)
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è disponibile un tariffario di riferimento relativamente alla fornitura delle attrezzature tecniche standard, fatta salva la necessità di redigere preventivi personalizzati laddove richiesto

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - materiali forniti e tipo di assistenza
 - luogo, tempi e modalità per la fornitura
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - tempi e modalità di conferma
 - condizioni di pagamento, in caso di conferma
 - eventuali penali, in caso di conferma
 - eventuali commissioni o sconti
- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla individuazione delle apparecchiature e degli allestimenti più idonei
- l'azienda è disponibile a realizzare un lay-out tecnico degli allestimenti e dei relativi posizionamenti, laddove richiesto
- prima della manifestazione il cliente può richiedere di effettuare prove tecniche dei materiali e delle apparecchiature che verranno utilizzate, se lo ritiene opportuno

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - materiali forniti e tipo di assistenza
 - luogo, tempi e modalità per la fornitura
 - condizioni commerciali
 - responsabilità a carico del cliente e a carico dell'impresa
 - coperture assicurative esistenti

- liberatoria sulla gestione della privacy
- condizioni di pagamento
- eventuali penali
- eventuali commissioni o sconti
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- è garantita la presenza di personale tecnico con specifica esperienza e di un responsabile di riferimento durante tutte le fasi della manifestazione (allestimento, svolgimento, disallestimento)
- il personale in servizio viene opportunamente istruito relativamente alla manifestazione (cliente, programma dei lavori, ecc.)
- il personale in servizio è sempre riconoscibile tramite divisa e/o badge aziendale
- il personale assicura la conoscenza della lingua inglese (qualora il cliente ne faccia specifica richiesta)
- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- viene redatto un documento scritto a riepilogo delle richieste dell'ultimo minuto da consegnare al cliente, per reciproca conferma e accettazione, al termine di ogni giornata e/o, comunque, prima del termine dell'evento
- è assicurata la disponibilità di personale e attrezzature di scorta (per quelle standard) durante le fasi di allestimento e di manifestazione
- in caso di bisogno è garantito l'immediato intervento di personale specializzato
- è garantita l'immediata sostituzione e riparazione di attrezzature non efficienti o qualitativamente non adeguate rispetto a quanto concordato con il cliente

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'istituzionario del contratto

2.5 Imprese di spettacolo

Si intendono le aziende che forniscono artisti e attrazioni di diversa tipologia per le attività di intrattenimento dei congressisti e degli accompagnatori durante la manifestazione o in occasione di eventi a latere.

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali

- la disponibilità di una sede operativa attrezzata ad ufficio, con dotazioni tecnologiche adeguate e personale commisurato in numero alla dimensione degli eventi ai quali intende fornire i propri servizi
- la fornitura di personale professionale e qualificato, in grado di soddisfare le esigenze del cliente durante il servizio
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di testi e preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è disponibile un tariffario di riferimento

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - tipologia del servizio
 - luogo, tempi e modalità di esecuzione
 - allestimenti e attrezzature tecniche di supporto richieste (luci, audio, video, etc.)
 - eventuale ospitalità degli artisti a carico del committente
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - condizioni di opzione e modalità di conferma
 - condizioni di pagamento, in caso di conferma
 - eventuali penali, in caso di conferma
 - eventuali commissioni o sconti
- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla progettazione e alla organizzazione della proposta più adeguata, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo

- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - tipologia dei servizi
 - luogo, tempi e modalità di esecuzione
 - allestimenti e attrezzature tecniche di supporto richieste (luci, audio, video, etc.)
 - eventuale ospitalità degli artisti a carico del committente
 - condizioni commerciali
 - responsabilità a carico del cliente e responsabilità a carico dell'impresa
 - coperture assicurative esistenti
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- l'azienda assicura l'utilizzo di professionisti opportunamente istruiti rispetto alle caratteristiche e alle esigenze della manifestazione
- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- è garantita la reperibilità di un responsabile durante gli orari di svolgimento del servizio

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'intestatario del contratto

2.6 Imprese di trasporto

Si intendono le aziende fornitrici di servizi con auto, minibus e autobus.

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle norme di sicurezza dettate dalle leggi vigenti circa mezzi e autorimessa e il possesso delle relative licenze
- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali

- la disponibilità di una sede operativa attrezzata ad ufficio, con dotazioni tecnologiche adeguate e personale commisurato in numero alla dimensione dei servizi che intende fornire
- la fornitura di mezzi attrezzati con comfort adeguati al tempo di trasferimento e di personale professionale e qualificato in grado di soddisfare le esigenze del cliente durante il servizio
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte tecniche e commerciali, informative e impegnative (caratteristiche dei mezzi, disponibilità, prezzi, ecc.)
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è disponibile un tariffario di riferimento

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda invia il preventivo entro 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - tipologia dei servizi (mezzi, tempi e percorsi)
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - tempi e modalità di conferma
 - condizioni di pagamento, in caso di conferma
 - eventuali penali, in caso di conferma
 - eventuali commissioni o sconti
- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente agli itinerari ed ai tempi di servizio più adeguati, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente
- prima della manifestazione il cliente può richiedere di prendere visione dei mezzi che verranno utilizzati, se lo ritiene opportuno

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo

- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - tipologia dei servizi (mezzi, tempi e percorsi)
 - condizioni commerciali
 - responsabilità a carico del cliente e quelle a carico dell'impresa
 - coperture assicurative esistenti
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- il personale conduttore possiede un'ottima conoscenza della città in cui si svolge il servizio e degli itinerari richiesti
- il personale conduttore garantisce la conoscenza di base della lingua inglese, qualora il cliente ne faccia richiesta
- il personale conduttore assicura idoneo abbigliamento ed è chiaramente riconoscibile da un elemento distintivo
- l'azienda dispone di un parco mezzi (diretto o in sinergia con altre aziende) idoneo a soddisfare le esigenze di un pubblico congressuale
- i mezzi (autobus) sono attrezzati con:
 - climatizzatore
 - frigo bar
 - riproduzione stereo
 - impianto di amplificazione con radio e microfoni
 - televisione
- i mezzi (conduttori) sono dotati di telefono cellulare che assicuri il contatto con la base e con il cliente che lo richiede durante il servizio
- richieste aggiuntive non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- è garantita la reperibilità di un responsabile durante gli orari di svolgimento del servizio

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'intestatario del contratto

3.

Alberghi

3. Gli alberghi

Gli alberghi che per tipologia di struttura e di servizio sono ritenuti adeguati alle esigenze e alle aspettative della domanda congressuale vengono identificati nella fascia di categoria che va dalle 3 alle 5 stelle. Non sono tuttavia escluse le strutture di categoria diversa, purché dimostrino di soddisfare i requisiti definiti.

L'albergo deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto di tutte le norme di sicurezza vigenti in materia di prevenzione incendi, uscite di sicurezza, impianti elettrici, ecc.
- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi, previdenziali, privacy, ecc.
- la presenza di personale qualificato, opportunamente addestrato, in grado di soddisfare le esigenze del cliente durante il soggiorno
- la garanzia del funzionamento e della qualità dei servizi erogati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'albergo dispone di documentazione istituzionale di presentazione
- è attivo un sito Internet
- è disponibile una versione in inglese del materiale di comunicazione (documentazione istituzionale, sito Internet)

Informazione alla clientela

- l'albergo dispone di personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- viene garantita una risposta personalizzata, anche di sola avvenuta ricezione del messaggio, inferiore a 2 ore per le richieste via mail
- il personale è in grado di dare alla clientela risposte informative e commerciali impegnative (disponibilità, prezzi, ecc.)
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di testi e presentazioni, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese

Servizi alla clientela

- l'albergo è ben segnalato e facilmente raggiungibile
- l'albergo assicura l'accesso alla struttura con servizio di portineria per l'intero arco delle 24 ore
- l'albergo fornisce i seguenti servizi:
 - climatizzazione (riscaldamento e raffrescamento)
 - ascensore
 - accesso ai disabili nelle parti comuni e alcune camere debitamente attrezzate
 - deposito bagagli
 - facchinaggio
 - servizio bar in camera
 - lavanderia e stiratura (in giornata)
 - cambio biancheria (quotidiano se richiesto)
 - pulizia della camera accurata e tempestiva (entro 2 ore dall'uscita del cliente)

- postazione internet nella hall
- servizio fax, fotocopie e assistenza
- parcheggio (di proprietà o convenzionato in un raggio di 200 m.)
- centro benessere/fitness
- trasporto dei clienti in stazione
- tutte le camere garantiscono comfort e tranquillità e sono dotate di:
 - telefono diretto
 - possibilità di collegamento a Internet
 - televisore
 - frigo bar
 - cassetta di sicurezza
 - letti con larghezza superiore a 100 cm.
 - adeguata illuminazione dell'ambiente
 - scrittoio illuminato
 - almeno 2 prese elettriche utilizzabili (per cellulare e PC)
 - bagno con box doccia o vasca (con opzione di scelta da parte del cliente)
 - kit cortesia in bagno
- il servizio di prima colazione è garantito nella fascia oraria dalle 7.00 alle ore 10.30 e prevede:
 - buffet dolce e salato
 - angolo dietetico
 - servizio di caffetteria al tavolo
- è disponibile un ristorante interno. In caso contrario l'albergo è disponibile ad organizzare il servizio attraverso convenzioni con locali nelle immediate vicinanze
- le sale bar e ristorante sono accoglienti nell'arredamento e nel servizio

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'albergo è disponibile a concedere opzioni per allotment di camere, con scadenza dell'opzione rinnovabile e concordabile con il cliente sulla base dei suoi bisogni
- l'albergo invia conferma della disponibilità, dei costi e delle condizioni di opzione entro 24 ore dal ricevimento della richiesta
- l'offerta riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - numero e tipologia delle camere
 - periodo
 - quotazioni e tipologia di trattamento
 - eventuali servizi ausiliari
 - scadenza dell'opzione e modalità di conferma
 - condizioni di pagamento, in caso di conferma
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- è assicurata la gestione della necessaria corrispondenza (preventivo e/o altro) con il cliente in lingua inglese, se richiesto
- l'albergo è disponibile a collaborare con il cliente reperendo altre camere in alberghi vicini qualora la sua offerta non sia sufficiente, selezionandoli sulla base della loro migliore idoneità a soddisfare le esigenze specifiche e le aspettative del cliente stesso
- l'albergo è disponibile a distribuire materiale promozionale e di accoglienza nelle camere prima dell'arrivo dei partecipanti ad un convegno, se richiesto dal cliente
- l'albergo è disponibile ad allestire un cartello informativo e/o un desk di accoglienza negli spazi comuni durante l'evento, se richiesto dal cliente

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'albergo dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo dell'evento
 - numero e tipologia delle camere
 - periodo
 - quotazioni e tipologia di trattamento
 - eventuali servizi ausiliari
 - responsabilità a carico del cliente e a carico della sede
 - coperture assicurative esistenti e richieste al cliente
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - eventuali commissioni o sconti
- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- l'albergo assicura la presenza di personale qualificato nelle diverse mansioni, che garantisca cortesia, cordialità e il rispetto della privacy degli ospiti
- il personale a contatto con la clientela garantisce la conoscenza della lingua inglese
- il personale in servizio è riconoscibile sempre tramite divisa coerente con le diverse funzioni

all'arrivo:

- è garantita un'accoglienza tempestiva ed efficiente (check-in entro i 5 minuti in caso di gruppi)
- è garantito l'accesso alla camera a partire dalle ore 12.00 del giorno di arrivo, se richiesto dal cliente
- l'albergo è disponibile a svolgere il servizio di accompagnamento in camera, se richiesto in caso di clienti VIP

alla partenza:

- è possibile occupare la camera sino alle ore 12.00 del giorno di partenza, se richiesto dal cliente e qualora l'occupazione dell'albergo lo consenta
- è garantita la rapidità nelle operazioni di partenza (check-out entro i 10 minuti in caso di gruppi)
- l'albergo accetta il pagamento tramite bancomat e le principali carte di credito
- l'albergo provvede alla chiamata di un taxi, qualora il cliente ne faccia richiesta
- l'albergo assicura un'assistenza tempestiva in caso di necessità per interventi di piccola manutenzione (entro 2 ore dalla segnalazione da parte del cliente)

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- in caso di gestione di gruppi, l'albergo redige un consuntivo dettagliato con la specifica degli ospiti e dei servizi erogati da allegare alla fattura
- invia il consuntivo entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento

Gestione della clientela

- l'albergo prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'albergo si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - in caso di gruppi al termine della manifestazione l'albergo invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - in caso di gruppi al termine della manifestazione l'albergo misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'interessato del contratto

4.

Agenzie di
organizzazione
congressuale

4.1 Imprese di organizzazione congressuale - PCO Professional Congress Organizer

Si intendono le aziende che operano in maniera continuativa con professionalità ed esperienza nell'organizzazione di congressi, convention ed eventi aggregativi in genere. Al PCO spetta il ruolo di ideazione, regia, gestione e coordinamento dell'intero evento, inclusi gli aspetti di comunicazione, organizzativi e finanziari. Inoltre, egli rappresenta il collegamento tra il promotore di un evento ed i fornitori di tutti i servizi di volta in volta necessari.

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali
 - la disponibilità di una sede operativa attrezzata ad ufficio, con almeno una sala riunioni o salette di incontro con i clienti, dotazioni tecnologiche adeguate e personale commisurato in numero alla dimensione degli eventi che intende organizzare
 - la fornitura di personale professionale, qualificato e opportunamente istruito, in grado di soddisfare le esigenze del cliente
 - lo svolgimento professionale delle seguenti funzioni: ricerca e individuazione della sede congressuale; formulazione del budget, gestione contabile ed amministrativa del congresso; gestione del programma scientifico; gestione della segreteria organizzativa; ricevimento delle quote di partecipazione e di iscrizione di congressisti e accompagnatori; cura, coordinamento e supervisione degli stampati; coordinamento delle attività di promozione, comunicazione e divulgazione dell'evento; gestione e vendita degli spazi espositivi; coordinamento e gestione degli sponsor; scelta, coordinamento e supervisione dei fornitori; coordinamento e supervisione della sede congressuale, degli allestimenti, della scenografia e della cartellonistica; scelta, cura e supervisione dei servizi di ristorazione; pianificazione ed organizzazione dei trasporti; gestione del servizio di prenotazione alberghiera; pianificazione ed organizzazione di eventi sociali, turistico-culturali ed escursioni; coordinamento, preparazione e supervisione del personale tecnico e di assistenza; formulazione del budget consuntivo della manifestazione
 - la garanzia del funzionamento e della qualità di tutti i servizi erogati, forniti direttamente o tramite fornitori di fiducia
 - la disponibilità a fornire, se richiesta dal cliente, specifica fideiussione bancaria a garanzia dei diritti del cliente stesso e dei terzi sulle somme e sui beni affidati alla sua gestione
 - una comprovata esperienza di almeno 3 anni nel campo dell'organizzazione congressuale con un curriculum di almeno 10 clienti congressuali differenti e l'organizzazione di un minimo di 10 congressi nazionali e internazionali con almeno 300 partecipanti ciascuno*
- * per le aziende in fase di start-up si richiede: un curriculum di almeno 5 clienti congressuali differenti e l'organizzazione di un minimo di 5 congressi nazionali e internazionali con almeno 200 partecipanti ciascuno

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- è disponibile una versione in inglese
- è attivo un sito Internet di presentazione dell'azienda e di informazione sugli eventi organizzati

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- è presente personale qualificato in grado di dare risposte immediate, competenti e impegnative
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di testi e preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda consegna in forma scritta il progetto dell'evento con una descrizione chiara e completa delle caratteristiche della manifestazione e dei servizi forniti, insieme ad un preventivo analitico e trasparente
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo, data e luogo dell'evento
 - definizione dei servizi oggetto del preventivo
 - luoghi, tempi e modalità per la fornitura/esecuzione dei servizi
 - eventuali forniture in esclusiva da parte di fornitori terzi
 - eventuali opzioni e scadenze da parte di fornitori terzi
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - compenso professionale richiesto (prezzo e attività svolta)
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
- l'azienda garantisce l'invio del preventivo al cliente entro i 3 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- è assicurata la gestione di tutta la documentazione (preventivo, corrispondenza, ecc.) in lingua inglese
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla progettazione e alla organizzazione delle soluzioni più adeguate, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente
- l'azienda assicura la fornitura di servizi tipologicamente adeguati alle specifiche esigenze dei diversi tipi di manifestazione e l'individuazione dei fornitori più idonei

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo, data e luogo dell'evento
 - definizione dei servizi oggetto del preventivo
 - luoghi, tempi e modalità per la fornitura/esecuzione dei servizi
 - eventuali forniture in esclusiva da parte di fornitori terzi
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - compenso professionale richiesto (prezzo e attività svolta)
 - le responsabilità a carico del cliente e quelle a carico del fornitore dei servizi
 - le coperture assicurative esistenti a tutela del committente e dei congressisti
 - liberatoria sulla gestione della privacy
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
 - se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- l'azienda assicura l'utilizzo ed il controllo di qualità del personale e dei servizi forniti sia in forma diretta sia tramite fornitori esterni
- il personale in servizio garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è garantita la reperibilità del responsabile di progetto durante gli orari di svolgimento della manifestazione
- richieste non preventivate o non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- l'azienda è in grado di fornire in tempo reale un documento scritto con l'aggiornamento dei costi relativi a richieste supplementari da consegnare al cliente

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo analitico, trasparente e dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'intestatario del contratto

4.2 Destination Management Company - DMC

Si intendono le aziende che operano in maniera continuativa con professionalità ed esperienza nella progettazione e realizzazione di eventi in una determinata area territoriale, assicurando una conoscenza capillare del territorio.

L'impresa deve possedere regolare iscrizione presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio e deve assicurare:

- il rispetto delle vigenti normative in termini di obblighi fiscali, assicurativi e previdenziali
- la disponibilità di una sede operativa attrezzata ad ufficio, con dotazioni tecnologiche adeguate e personale commisurato in numero alla dimensione dei servizi che intende fornire
- la fornitura di personale professionale, qualificato e opportunamente istruito, in grado di soddisfare le esigenze del cliente
- la fornitura professionale dei seguenti servizi: ricerca e individuazione di sedi e location per eventi; ricerca allotment e gestione di prenotazioni alberghiere; ricerca e individuazione dei fornitori sul territorio; organizzazione di programmi per il team building, viaggi incentive, escursioni e programmi turistici; progettazione e organizzazione di serate speciali e/o tematiche; organizzazione di spettacoli, intrattenimenti, animazioni, giochi e tornei; organizzazione dei servizi di trasporto
- la garanzia del funzionamento e della qualità di tutti i servizi erogati, forniti direttamente o tramite fornitori di fiducia
- una comprovata esperienza di almeno 3 anni nel campo dell'organizzazione e realizzazione di eventi da parte del titolare o dei dipendenti, corredata da un curriculum attestante lo svolgimento del ruolo DMC in almeno 10 eventi organizzati

Principali indicatori di qualità del servizio

Comunicazione istituzionale

- l'azienda dispone di documentazione istituzionale per la presentazione della propria attività
- è disponibile una versione in inglese
- è attivo un sito Internet

Informazione alla clientela

- l'azienda dispone di una struttura fissa con personale esperto e competente reperibile nel normale orario di lavoro (giorni lavorativi)
- viene garantita un'attesa inferiore a 30 secondi per le chiamate telefoniche in arrivo
- è presente personale qualificato in grado di dare risposte immediate, competenti e impegnative
- il personale conosce e utilizza le correnti tecnologie informatiche per la gestione delle attività di contatto (redazione di testi e preventivi, invio tramite e-mail, ecc.)
- il personale garantisce la conoscenza della lingua inglese

Assistenza alla clientela (fase pre-congressuale)

- l'azienda consegna in forma scritta il progetto dell'evento con una descrizione chiara e completa delle caratteristiche della manifestazione e dei servizi forniti, insieme ad un preventivo analitico e trasparente
- il preventivo riporta (almeno):
 - titolo, data e luogo dell'evento
 - definizione dei servizi oggetto del preventivo
 - luoghi, tempi e modalità per la fornitura/esecuzione dei servizi
 - eventuali forniture in esclusiva da parte di fornitori terzi
 - eventuali opzioni e scadenze da parte di fornitori terzi
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - condizioni di pagamento
 - eventuali penali
- l'azienda garantisce l'invio del preventivo al cliente entro i 2 giorni lavorativi successivi alla richiesta, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione renda necessari tempi più lunghi
- è assicurata la gestione di tutta la documentazione (preventivo, corrispondenza, ecc.) in lingua inglese
- l'azienda fornisce attività di consulenza relativamente alla progettazione e alla organizzazione delle soluzioni più adeguate, con riferimento ai bisogni e alle aspettative del cliente
- l'azienda assicura la fornitura di servizi tipologicamente adeguati alle specifiche esigenze dei diversi tipi di manifestazione e l'individuazione dei fornitori più idonei

Contrattualistica

- a tutela propria e del cliente, l'azienda dispone di un contratto standard chiaro ed esaustivo
- il contratto riporta (almeno):
 - titolo, data e luogo dell'evento
 - definizione dei servizi oggetto del contratto
 - luoghi, tempi e modalità per la fornitura/esecuzione dei servizi
 - eventuali forniture in esclusiva da parte di fornitori terzi
 - condizioni commerciali (prezzi e validità dell'offerta)
 - le responsabilità a carico del cliente e quelle a carico del fornitore dei servizi

le coperture assicurative esistenti a tutela del committente e dei congressisti
liberatoria sulla gestione della privacy
condizioni di pagamento
eventuali penali

- se richiesto, è disponibile una versione in inglese del contratto

Assistenza alla clientela (fase congressuale)

- l'azienda assicura l'utilizzo ed il controllo di qualità del personale e dei servizi forniti sia in forma diretta sia tramite fornitori esterni
- il personale in servizio garantisce la conoscenza della lingua inglese
- è garantita la reperibilità del responsabile di progetto durante gli orari di svolgimento della manifestazione
- richieste non preventivate o non previste da parte del cliente possono essere soddisfatte anche durante la fase di allestimento e/o svolgimento della manifestazione
- l'azienda è in grado di fornire in tempo reale un documento scritto con l'aggiornamento dei costi relativi a richieste supplementari da consegnare al cliente

Consuntivo e follow-up (fase post-congressuale)

- l'azienda redige un consuntivo analitico, trasparente e dettagliato
- invia il consuntivo al cliente entro 4 giorni lavorativi successivi alla chiusura dell'evento, fatti salvi i casi in cui la complessità della manifestazione richieda tempi più lunghi

Gestione della clientela

- l'azienda prende in considerazione eventuali lamentele da parte del cliente e le gestisce, dando sempre una risposta tempestiva e in forma scritta
 - l'azienda si preoccupa di curare esigenze specifiche e aspettative del cliente
 - al termine della manifestazione l'azienda invia al cliente* una lettera di ringraziamento
 - al termine della manifestazione l'azienda misura la soddisfazione del cliente* attraverso schede di valutazione
- * si intende per cliente l'intestatario del contratto



Convention Bureau della Riviera di Rimini
via della Fiera, 52 - 47900 Rimini - Italy
tel. +39 0541 711500
fax +39 0541 711505
info@riminiconvention.it
www.riminiconvention.it