



ISNART



Camera di Commercio  
Cuneo



OSPITALITÀ ITALIANA  
QUALITY APPROVED

OSPITALITA' ITALIANA

*DISCIPLINARE PER LA QUALIFICAZIONE DEI RISTORANTI*

## Indice

1	Scopo.....	3
2	Campo di applicazione.....	3
3	Requisiti .....	3
3.1	Qualità del servizio .....	3
3.2	Identità.....	6
3.3	Notorietà.....	7
3.4	Promozione del territorio .....	7
4	Requisiti KO.....	8
5	Requisiti “minus” .....	9
6	La valutazione dei requisiti.....	9
6.1	Punteggio minimo.....	9
7	Rating .....	10
7.1	Opzione mistery audit.....	10
7.2	Distinzione green.....	11

## 1 Scopo

Il disciplinare definisce i requisiti per il rilascio del marchio Ospitalità Italiana al fine di qualificare e valorizzare le strutture che fanno della qualità, della distintività, del binomio destinazione - prodotto turistico, gli elementi centrali della propria offerta.

Il disciplinare prevede un sistema finalizzato ad esaminare le strutture ristorative su livelli multipli di valutazione in relazione alle seguenti macro-aree:

- **qualità del servizio:** esprime il livello di qualità del servizio offerto attraverso l'esame di molteplici requisiti che vanno dall'accoglienza fino alla trasparenza, dall'attenzione al cliente, alla qualificazione del personale impiegato;
- **identità:** esprime la coerenza della struttura rispetto a come si propone alla clientela a partire dalle informazioni fornite ai clienti attraverso i diversi strumenti (sito, social, insegna, etc.);
- **notorietà:** esprime i riconoscimenti che la struttura ha ottenuto dai social, dalle guide, la sua reputazione, il gradimento da parte della clientela;
- **promozione del territorio:** rappresenta la capacità del ristorante di raccontare il territorio / territori in coerenza con la sua identità e con la proposta gastronomica.

## 2 Campo di applicazione

Il disciplinare si applica alle strutture che intendono puntare sulla qualità del servizio, sulla coerenza della proposta erogata (enogastronomica, informazioni, ambienti, etc.) e sulla capacità di promuovere il territorio (locale/nazionale). Il disciplinare permette, inoltre, di evidenziare quelle strutture che hanno una particolare attenzione all'ambiente con l'introduzione di requisiti definiti "green".

## 3 Requisiti

I requisiti illustrati nei paragrafi successivi definiscono gli aspetti che le strutture devono presidiare ai fini dell'ottenimento del marchio Ospitalità Italiana. La verifica di tali requisiti è svolta da **personale esperto e qualificato** che opera seguendo una **lista di riscontro e specifiche procedure** che declinano in maniera puntuale gli elementi necessari da soddisfare per il rispetto del requisito.

### 3.1 Qualità del servizio

1. La struttura mette a disposizione tramite il proprio sito web indicazioni chiare e scaricabili su come raggiungerla.
2. La struttura dispone di un proprio sito web, ben configurato, sito responsive, esaustivo, intuitivo e facilmente navigabile.
3. Il sito internet riporta una sezione dedicata che consente di verificare la disponibilità ed effettuare la prenotazione online.
4. La struttura gestisce in maniera sistematica i commenti derivanti da tutti i social ove presenti (Facebook, Twitter, TripAdvisor).
5. La struttura è presente su più portali web nazionali e/o internazionali (almeno tre quali MyTable, TripAdvisor, The Fork, etc.).
6. La struttura risponde telefonicamente in maniera veloce e corretta con indicazione del nome della struttura, disponibilità e nome dell'operatore.
7. La struttura rileva la soddisfazione del cliente e i feedback vengono costantemente gestiti in maniera documentata.

8. La struttura gestisce i reclami in maniera sistematica attraverso modulistica dedicata (cartacea/sito web), con evidenza del tipo di reclamo, evidenza del trattamento e relativa data e archiviazione dello storico.
9. La struttura dispone di una facciata esterna ben tenuta, pulita e curata.
10. Gli spazi antistanti la struttura sono puliti e ben curati.
11. È presente un parcheggio privato/riservato, ben tenuto e illuminato.
12. La struttura fa attendere la clientela in apposita area accogliente e ben arredata con offerta di aperitivo/snack di attesa.
13. Il locale è dotato di guardaroba ampio, custodito e funzionale.
14. Le toilettes si distinguono per la presenza di porta, pareti, pavimenti sanitari e arredi (es. mensole, specchiere, etc.) puliti, in ottimo stato di manutenzione e cura. Piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
15. Le toilettes si presentano differenziate uomo donna e per persone con disabilità e adeguatamente segnalate.
16. Le toilettes presentano l'antibagno distinto uomo/donna e risultano protette dalla sala.
17. Le toilettes presentano un efficace sistema di areazione (per silenziosità e qualità dell'aria - assenza odori).
18. Le toilettes sono ben arredate (es. mobilio sottostante il lavabo, specchiera, mensole, ripiani, etc.) e presentano elementi di decoro (es. elementi di differenziazione uomo/donna, fiori, elementi decorativi, profumatore ambiente etc.). I sanitari risultano ricercati/di pregio (es. per stile, linea, brand).
19. I bagni sono forniti di sistema di igienizzazione automatica e di copri wc usa e getta e rolo supplementare di carta igienica.
20. I bagni sono forniti di cestino con coperchio o basculante e gancio appendiabiti ben tenuti e funzionali.
21. I bagni sono forniti di sistema di acqua calda (entro cinque secondi dall'apertura del rubinetto), sistema per asciugare le mani/salviette e distributore di sapone ben tenuto e perfettamente funzionante nonché rifornito.
22. Il locale si distingue per la presenza di pareti (intonaci/rivestimenti) pulite, in ottimo stato di manutenzione e cura (es. presenza di stucchi, legno, vernici particolari etc.). I pavimenti sono di pregio. Sono eseguiti piani di pulizia e manutenzione straordinaria anche attraverso l'ausilio di ditte esterne.
23. I tavoli e le sedie si presentano pulite ed in ottimo stato di manutenzione e cura nonché di pregio (almeno uno dei due requisiti deve risultare di particolare pregio/particolare fattura). Il tovagliato e/o runner risultano puliti, curati e di pregio/particolare manifattura.
24. La cristalleria, la posateria, i piatti ed il vasellame si presentano perfettamente puliti (no aloni, piccoli segni di calcare), ben tenuti e di pregio.
25. L'impianto di areazione risulta perfettamente funzionante e copre tutte le sale. Sono assenti odori in sala.
26. Il locale è dotato di materiali fonoassorbenti che non permettono il diffondersi di elementi acustici di disturbo.
27. Gli ambienti sono tutti climatizzati. Il sistema di climatizzazione permette di regolare in maniera efficace temperatura e gettito dell'aria, al fine di evitare di creare disturbo alla clientela in determinati punti della sala.
28. I tavoli sono ben distanziati tali da permettere una buona privacy e adeguati movimenti. I tavoli adeguatamente distanti da elementi quali toilettes, ingresso (es. assenza doppia porta), entrata/uscita cucina, etc. Eventuale presenza anche di aree/spazi con un numero limitato di tavoli per una maggiore privacy.

29. Le attrezzature utilizzate (pentolame, stoviglie ed elettrodomestici - tritatutto, bollitore, friggitrice, impastatrici etc.) appaiono pulite e perfettamente mantenute.
30. Pavimenti, pareti, cappe, frigoriferi, forni, celle di stoccaggio, aree adibite allo stoccaggio degli alimenti, ripiani/lavandini risultano in buono stato, ben tenuti e puliti. Le aree ed i prodotti sono correttamente separati.
31. Le derrate alimentari sono stoccate e conservate in luoghi (locali di stoccaggio/celle/frigoriferi) idonei (pulizia, manutenzione, areazione, luce, temperatura). La struttura adotta misure ottimali per la conservazione e la qualità delle derrate (es. celle frigo dotate di modifica dell'umidità, ventilazione, locali modificati in modo da regolare l'intensità della luce, la temperatura e l'areazione, abbattitori pur se non necessari, etc.).
32. Il cliente viene subito accolto da personale addetto all'accoglienza ed accompagnato al tavolo o in caso di tavolo ancora da sparecchiare/occupato nell'area di attesa.
33. La struttura offre ai propri clienti, una volta accompagnati al tavolo, entrées e aperitivo di accoglienza.
34. Il personale addetto all'accoglienza, il caposala, il sommelier e il personale addetto alle ordinazioni hanno una approfondita conoscenza delle lingue straniere in relazione alla clientela principale. (la conoscenza delle lingue deve essere evidenziata tramite corsi o esperienze all'estero di min. 6 mesi).
35. Il personale indossa abbigliamento identificabile, differente in base ai ruoli e coerente con il locale.
36. Il personale addetto alle ordinazioni ha una completa conoscenza dei piatti proposti, degli ingredienti utilizzati di rilievo /locali (es. origine, qualità, caratteristiche) e delle modalità di preparazione (es. illustrazione tecniche utilizzate). Il personale addetto al servizio al tavolo ha una adeguata conoscenza dei piatti serviti.
37. Il personale addetto alle ordinazioni oltre il sommelier (in caso sia presente) ha una approfondita conoscenza della proposta delle bevande (etichetta, cantina, origine, caratteristiche) e degli abbinamenti in relazione alla proposta gastronomica erogata.
38. Le bevande vengono "illustrate", stappate al tavolo, per il vino viene eseguito una verifica olfattiva del tappo al fine di valutarne eventuali anomalie, viene richiesto chi tra i commensali è disposto all'assaggio e, solo dopo parere favorevole, viene servito.
39. La struttura utilizza un sistema informatico dedicato per la gestione delle comande anche attraverso l'ausilio di palmari/o similari (ordinazioni divise e ordinate in base alla tempistica di presa delle ordinazioni, ai tavoli "servizio contemporaneo") ed eventualmente in base alla posizione dei clienti ai tavoli. Interfaccia con la cucina in maniera efficace.
40. Il responsabile di sala è qualificato attraverso un percorso formativo di almeno 5 anni (es. scuola alberghiera o attinente al mondo della ristorazione) ed esperienza di almeno 3 anni in posizione analoga.
41. È presente un sommelier qualificato attraverso corso riconosciuto (es. AIS e FISAR) con almeno 5 anni di esperienza in analoga posizione.
42. Il capo cuoco ha frequentato la scuola alberghiera o percorso attinente al mondo della ristorazione di almeno 5 anni.
43. Il capo cuoco ha almeno 10 anni di esperienza in posizione analoga.
44. Il capo cuoco ha un'esperienza per almeno 5 anni in cucine dirette da cuochi stellati.
45. Il capo cuoco ha frequentato master o scuola di specializzazione riconosciute e si mantiene costantemente aggiornato.
46. Il capo cuoco ha ottenuto specifici riconoscimenti.

47. Tutto il personale addetto al servizio in sala viene costantemente aggiornato/formato, con cadenza almeno annuale, tramite corsi esterni o da personale interno debitamente formato/aggiornato. La formazione deve essere documentata.
48. I menu sono in ottimo stato, curati e il numero è commisurato ai coperti.
49. È presente una carta dei vini separata dal menu di buona fattura e ben tenuta.
50. La carta dei vini è organizzata per tipo, origine, denominazione completa di acronimo DO/IG e similari, cantina, indicazione proposta al bicchiere/demi-bouteille ed eventuali rappresentazioni grafiche (es. cartine geografiche con evidenza origine vini).
51. La struttura offre la possibilità di ordinare al bicchiere e le demi-bouteille sono almeno il 20% dell'intera offerta dei vini.
52. Sono presenti almeno 3 carte separate oltre a quella del vino.
53. La struttura propone un'offerta molto ampia di vini liquorosi, vini dolci, amari, grappe, superalcolici.
54. Il conto è presentato in cartellina in buono stato o altro contenitore originale (es. vasetto in ceramica, etc.) accompagnato da piccolo omaggio (es. cioccolatino, mini dessert, etc.).
55. La struttura accetta le più diffuse carte di credito/bancomat e relativi circuiti (Visa, MasterCard, Maestro, American Express, Pagobancomat, Diners Club International) e dispone di tecnologia contactless, pos senza fili con possibilità di pagamento al tavolo. Eventuale metodo Near Field Communication (NFC) per pagamento tramite applicazioni mezzo smartphone (es, Apple Pay, Vodafone Pay, etc.).
56. I menu a prezzo fisso esposti comprendono il coperto.
57. Il servizio è compreso nel prezzo.
58. La preparazione del conto avviene con sistema automatizzato e le voci di spesa chiaramente distinte.
59. È presente il menu all'esterno del locale ben tenuto, facilmente leggibile con indicazione chiara dei prezzi e della proposta offerta.
60. La struttura mette a disposizione menu specifici nella lingua della clientela principale e in numero adeguato.

### **3.2 Identità**

1. Le informazioni fornite attraverso sito web e social sono dettagliate, veritiere e pienamente in linea con la proposta erogata e la tipologia di locale.
2. L'ambiente si presenta ben allestito e curato, con arredi ed elementi di decoro di particolare pregio e/o caratteristici del territorio e coerenti con la tipologia di ristorante.
3. I tavoli, le sedie e il tovagliato presentano elementi di particolare pregio/fattura o caratteristici del territorio e coerenti con la tipologia di ristorante.
4. La posateria, la cristalleria, i piatti e il vasellame risultano di particolare pregio/fattura/caratteristici e coerenti con la tipologia di ristorante.
5. Sono presenti bicchieri diversificati per le differenti tipologie di bevande e tipologie (acqua, vino bianco leggero e complesso, vino rosso classico e strutturato, spumanti, grappe, vini dolci passiti e liquorosi, bevande spiritose, cocktail e superalcolici – es. brandy/bourbon, whisky, tequila - shooter).
6. Il rapporto tra dimensione della cucina, attrezzature presenti, celle frigo/aree di stoccaggio prodotti, personale in cucina e in sala risulta congruo e coerente con la proposta erogata, il numero e la complessità dei piatti proposti e il numero di coperti disponibili.
7. Il rapporto numerico tra personale e tavoli è ottimale in considerazione della proposta erogata e della tipologia di ristorante (es. 1 addetto ogni 10/15 coperti).
8. I piatti sono presentati con cura per tipologia di piatto, impiattamento, decoro.

9. La brigata di cucina prevede: Capo partita, Capo ai primi (primi, zuppe, cottura ortaggi, etc.), Capo rostitiere (griglia/arrosti), Capo cucina fredda (antipasti, contorni quali insalate, etc.), Capo ai pesci/crostacei/molluschi, Capo pasticciere.
10. La proposta gastronomica è riconducibile per il 100% alla cucina italiana.
11. L'offerta prevede rivisitazioni e personalizzazioni di gran parte delle ricette proposte (circa 70%) in maniera innovativa e originale e coerenti con la tipologia di locale e relativa proposta comunicata al cliente.
12. Il ristorante offre menu specifici (es. vegano e/o bio e/o gluten free e/o kosher e/o halal, etc.) e mette in atto misure idonee per la separazione spaziale e/o temporale dei prodotti, delle attrezzature e della preparazione dei piatti rispetto alla cucina standard.
13. I prodotti proposti sono coerenti con la tipologia di locale e corrispondono per tipologia/origine/qualità rispetto a quanto dichiarato/comunicato alla clientela (es. menu, web, etc.).
14. Le ricette proposte risultano coerenti con la tipologia di locale.
15. Il numero di etichette di vini proposti è almeno 60 per i ristoranti che propongono alta cucina/ almeno 40 per le restanti tipologie di ristoranti, 5 per le Pizzerie.

### **3.3 Notorietà**

1. La struttura è presente sui principali social anche con link dedicati dal sito web. Le informazioni sono costantemente aggiornate (foto – es. eventi o piatti proposti, menu, news, like).
2. La struttura è presente su Guida Michelin con 1 stella e almeno 2 forchette e su almeno ulteriori 6 guide scelte tra (Repubblica, Slow Food, Gastronauta, Gambero Rosso, Il Golosario, Il Mangiarozzo e Touring Club).
3. La struttura è presente su siti specializzati con numero minimo di 400 commenti totali: TripAdvisor: media min di 4,5 stelle (e con un max del 5% di 1 stella), TheFork media minima di 9,5/10.
4. La struttura possiede almeno una certificazione sulla base di norme UNI EN ISO (es. 9001, 14001, 10854, 22000, 22005) o bollino blu o altre certificazioni di prodotto/servizio rilasciato da ODC accreditati da almeno 5 anni. O almeno 2 certificazioni da almeno 3 anni.
5. La struttura aderisce a circuiti attinenti a marchi che valorizzano il territorio, la cucina e i prodotti del territorio (es. strade del vino e dell'olio, Prodotti Tipici Reggini, Qualità Alto Adige, Vetrina Toscana) rilasciati da enti pubblici o associazioni di categoria attraverso controlli almeno con cadenza annuale. Il marchio deve essere visibile attraverso la presenza di targa, cartellonistica, menu e adeguatamente promosso e illustrato attraverso opuscoli/brochure o tramite descrizione sul menu.

### **3.4 Promozione del territorio**

1. Il sito internet riporta una sezione dedicata al territorio circostante (luoghi di interesse, iniziative quali sagre/eventi/rivenditori prodotti del territorio, etc.) chiara, facilmente navigabile e ben organizzata.
2. È presente un punto informativo con brochure e opuscoli sul territorio ben rifornito/i, ben tenuto o comunque la struttura promuove il territorio attraverso ulteriori modalità (es. video promozionali del territorio, etc.).
3. La struttura espone i prodotti tipici locali e informazioni dettagliate su come reperirli agevolmente tramite brochure/opuscoli informativi.
4. La struttura organizza serate enogastronomiche per promuovere il territorio. L'attività risulta costante e adeguatamente comunicata attraverso sito web/social.

5. Il menu prevede piatti preparati con il 100% dei prodotti legati alla stagionalità ad esempio pesce, frutta, verdura, alcune tipologie di formaggi, selvaggina (cacciagione).
6. La struttura dispone nella propria offerta di menu degustazione (percorso enogastronomico). Il menu deve essere cartaceo.
7. I prodotti di eccellenza vengono ben evidenziati all'interno del menu attraverso una breve descrizione degli stessi (es. origine, caratteristiche, differenze rispetto ai prodotti convenzionali, certificazioni, etc.), nella descrizione dei piatti introduzione della denominazione di vendita seguita da eventuali acronimi quali DOP, IGP, presidio Slow Food, nome azienda produttrice, eventuali loghi/marchi delle aziende produttrici.
8. Per i ristoranti tipici almeno il 90% delle ricette devono essere tipiche del territorio locale/regionale.
9. Il menu prevede la presenza di almeno il 60% di prodotti di eccellenza legati al territorio locale/nazionale (es. carni fresche e trasformate, formaggi, prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati, oli, DOP/IGP, presidi Slow Food, prodotti tradizionali), in relazione alla tipologia di struttura e alla proposta comunicata alla clientela.
10. La proposta prevede la produzione interna di alcuni prodotti principali quali 1) pasta fresca, 2) pane, 3) dolci, 4) semilavorati, 5) bevande, attraverso l'utilizzo di ingredienti (principali) derivanti dal territorio circostante/nazionale (es. funghi, olio, verdure, frutta, etc.).
11. La struttura fa largo uso di prodotti biologici, Km 0, SQNPI o altre forme sostenibili (almeno il 50% dei prodotti presenti nella proposta gastronomica).
12. La struttura propone almeno 4 tipologie di pane/prodotti da forno (es. grissini, focacce, pane carasau, pani integrali/sciapo/arricchiti/conditi/altro). I prodotti proposti sono di origine locale o di produzione propria/o artigianale.
13. La struttura propone vini del territorio locale/nazionale (sezione dedicata in carta). Il numero di etichette risulta ampio e proporzionato rispetto alla proposta complessiva dei vini.
14. La struttura utilizza per il condimento a crudo delle pietanze (sia in cucina che in sala) olio extravergine di oliva locale/nazionale. In sala presenza di oli extravergine di oliva mono varietali/DOP/IGP/BIO 100% italiano.
15. La struttura propone birre artigianali prodotte a livello locale/nazionale. Il numero di etichette risulta ampio e proporzionato rispetto alla proposta complessiva delle birre proposte.

## 4 Requisiti KO

Sono previsti requisiti definiti essenziali (KO) che, se non soddisfatti, determinano il mancato rilascio del marchio. I requisiti essenziali riguardano la correttezza delle informazioni fornite, gli aspetti di sicurezza alimentare, di pulizia e manutenzione.

- Le informazioni fornite attraverso sito web, e social presentano una situazione distorta e non veritiera in relazione alla tipologia, alla proposta erogata.
- La proposta gastronomica non è riconducibile alla cucina italiana.
- I prodotti proposti non corrispondono a quanto dichiarato.
- I bagni presentano gravi carenze in termini di pulizia.
- La sala presenta gravi carenze in termini di manutenzione.



- I tavoli e le sedie si presentano inadeguati per pulizia e manutenzione. Il tovagliato e/o runner presentano gravi carenze nella pulizia e nella manutenzione con presenza di macchie diffuse, rammendi e strappi.
- La cristalleria, la posateria, i piatti e il vasellame presentano scalfitture/rottture, incrinature, segni di usura, aloni/calcare/macchie.
- Le attrezzature (pentolame, stoviglie ed elettrodomestici) appaiono carenti nella pulizia e nella manutenzione.
- Pavimenti, pareti, cappe, frigoriferi, forni, celle di stoccaggio, aree adibite allo stoccaggio degli alimenti, ripiani/fuochi/lavandini presentano carenze in relazione alla pulizia, alla manutenzione e alla corretta separazione aree/prodotti. Le condizioni di conservazione non idonee sono tali da pregiudicare la sicurezza alimentare.
- Le derrate alimentari non sono conservate in condizioni igienico sanitarie idonee.

## 5 Requisiti “minus”

Per alcuni requisiti ritenuti più rilevanti è attribuito un punteggio negativo (-3 o - 1,5) in caso di mancato soddisfacimento degli stessi.

## 6 La valutazione dei requisiti

La valutazione dei requisiti è svolta attraverso interviste, esami documentali verifica delle modalità impiegate per eseguire le attività, sopralluoghi nelle diverse aree della struttura ristorativa. In relazione al grado di soddisfacimento del requisito è attribuito un punteggio. La somma dei punteggi ottenuti per singolo requisito determina il livello del ristorante (Tabella A).

Tabella A (punteggio massimo e peso in % per macro-area)

Macro-area	Numero dei requisiti	Punteggio max	Peso macro-area
Qualità del servizio	60	151,5	64%
Identità	15	39	17%
Promozione del territorio	15	34,5	15%
Notorietà	5	10,5	4%
<b>Totale punteggio</b>	<b>95</b>	<b>235,5</b>	<b>100%</b>

### 6.1 Punteggio minimo

Il superamento di un livello minimo di punti consente l'ottenimento del marchio. La struttura ottiene il marchio Ospitalità Italiana, integrato con il relativo Rating, se, a valle della verifica, soddisfa le seguenti condizioni:


- riporta un punteggio complessivo - derivante dalla somma dei singoli punteggi conseguiti per le 4 macro-aree (riportate nella **Tabella A**) - uguale o superiore al livello minimo previsto (cfr. **paragrafo Rating**, a seguire);
- per ciascuna delle due macro-aree “qualità del servizio” e “identità” – ritenute più rilevanti - consegue un punteggio percentuale uguale o superiore al “Punteggio percentuale” minimo previsto (cfr. **Tabella B**, a seguire)

Tabella B (punteggio minimo per singola macro-area ai fini dell'ottenimento del marchio)


Macro-area	Punteggio max	Punteggio minimo	Punteggio percentuale minimo per macro-area
Qualità del servizio	151,5	98	65%
Identità	39	21	55%

## 7 Rating



I punteggi ottenuti determinano un rating, il cui livello varia secondo i valori indicati dal seguente schema:

- 3  Q plus + 100% - 90% mystery audit
- 3  100% - 90%
- 2  89% - 75%
- 1  74% - 60%

La percentuale è calcolata come rapporto tra il punteggio ottenuto dalla struttura e il punteggio massimo ottenibile, calcolato come somma del punteggio massimo ottenibile per ogni requisito applicabile alla struttura oggetto di verifica.

Il marchio è ottenuto a partire da un rating uguale o superiore al 60 % e dal superamento dei punteggi minimi previsti al paragrafo 6.1. Il numero di "Corone "  conseguito è in funzione del punteggio ottenuto secondo la scala qui sopra riportata.

### 7.1 Opzione mystery audit

L'opzione mystery audit prevede che la struttura possa richiedere il mystery audit, che consiste in una verifica svolta dall'auditor senza dichiararsi. Solo al termine della verifica l'ispettore si presenta alla struttura per la conclusione della verifica. L'opzione mystery audit permette di ottenere 15 punti, da sommare al punteggio finale ottenuto. Per le strutture che conseguono il punteggio corrispondente al rating 3 , l'aggiunta dei 15 punti consente di ottenere l'ulteriore riconoscimento 3  PLUS.

## **7.2 Distinzione green**

Il soddisfacimento dei requisiti definiti "green" consente alla struttura di acquisire il riconoscimento aggiuntivo di struttura attenta alle tematiche di sostenibilità ambientale.

Per ricevere tale distinzione è necessario ottenere un punteggio di almeno 55 % (con almeno punteggio 1 per i requisiti da 1 a 4) o del 25 % nel caso in cui la struttura sia in possesso di una certificazione ambientale (ISO 14001, Ecolabel).

1. La struttura monitora in maniera costante il consumo di acqua e utilizza sistemi per il risparmio idrico quali: riduttori di flusso/azionamento a pedale cucina/toilettes, doppio pulsante scarico WC, sensori automatici per l'erogazione dell'acqua/toilettes, lavastoviglie a risparmio idrico, etc.
2. La struttura monitora il consumo energetico e adotta un piano per la sua riduzione, utilizzando sistemi per il risparmio energetico quali: caldaie ad alta efficienza, lampade a basso consumo energetico, sistemi di spegnimento automatico, fonti di energia rinnovabile, pannelli fotovoltaici, isolamento termico, elettrodomestici con buona efficienza energetica, etc.
3. Il personale della struttura è formato sulle tematiche ambientali in maniera costante e documentata.
4. La struttura usa prodotti con certificazione Ecolabel o green (1) carta, 2) detergenti, 3) vernici per interni 4) bottiglie/stoviglie riutilizzabili – es. no bottiglie/piatti/bicchieri/posateria di materiale usa e getta, etc.).
5. Tovagliato e abbigliamento del personale sono mantenuti e trattati conformemente alla certificazione UNI EN 14065 e linee guida RABC.