

Disciplinare del marchio di qualità “QI - La qualità delle Agenzie di Viaggio”

Il presente disciplinare, approvato all'Assemblea dei Soci di A.I.A.V. in data 2 maggio 2015, definisce i requisiti che l'agenzia di viaggio deve possedere per ottenere l'assegnazione del marchio di qualità “QI - La qualità delle Agenzie di Viaggio”, creato e gestito da A.I.A.V. ai sensi dell'art. 81 del D.Lgs. 59/2010.

Il disciplinare individua quattro categorie (per ciascuna delle quali sono state a loro volta individuate diverse aree), oggetto di valutazione al fine dell'ottenimento del marchio: l'Agenzia di Viaggio, il Titolare - Direttore Tecnico, i Collaboratori dell'Agenzia, il Sito WEB.

Particolare attenzione è stata riservata all'aspetto della formazione e dell'aggiornamento professionale continuo di tutti gli operatori dell'agenzia di viaggio, sia per l'ottenimento che per il mantenimento del marchio.

Grande rilievo è altresì dato alla tutela del consumatore/turista, sia nella fase di acquisizione delle informazioni preliminari all'acquisto del viaggio, che in quella di assistenza in fase di conclusione del contratto e fruizione del viaggio/servizio turistico.

L'AGENZIA DI VIAGGIO

1. Correttezza e trasparenza delle informazioni fornite al consumatore

- a) Tutto il materiale pubblicitario predisposto dall'agenzia contenente informazioni rivolte al consumatore, dovrà essere redatto in maniera corretta e veritiera, con modalità tali da consentire una chiara ed immediata percezione del messaggio pubblicitario. I termini “*garanzia*”, “*garantito*” e simili potranno essere utilizzati solo se accompagnati dalla precisazione del contenuto e delle modalità della garanzia offerta.
- b) Le proposte a carattere turistico predisposte dall'agenzia di viaggio dovranno evidenziare chiaramente le caratteristiche dell'offerta, il prezzo richiesto al consumatore e le condizioni generali di contratto (o un rimando al sito web dell'agenzia contenente tali informazioni).
- c) Le vetrine dell'agenzia di viaggio - sia quella tradizionale che quella web, virtuale - dovranno presentare le proposte di viaggio in forma chiara e aggiornata, con indicazioni precise a riguardo della tipologia, del servizio previsto, del costo del pacchetto nonché degli eventuali costi aggiuntivi posti a carico del consumatore.

2. Accessibilità ai locali, accoglienza e dotazione informatica dell'Agenzia

- a) L'area prospiciente l'ingresso dell'agenzia è sempre curata e pulita, come pure gli infissi, le insegne, i gradini e le parti vetrate.
- b) L'accesso ai locali risulta accessibile anche al consumatore necessitante di dispositivo mobile su ruote per la deambulazione ed il percorso necessario per giungere alla postazione dell'operatore è sgombro da eventuali barriere.
- c) La/le insegna/e offrono una facile identificazione dell'agenzia.
- d) Gli ambienti interni sono ordinati, puliti, allestiti decorosamente e privi di elementi di rischio per la clientela e per gli addetti ai lavori.

- e) L' Agenzia di viaggi è in regola con tutte le norme dettate in tema accessibilità ai locali, sicurezza e divieto di fumo.
- f) L' Agenzia è dotata di reti di connessione veloce (dove disponibili) per un migliore utilizzo della rete internet.
- g) L' Agenzia è dotata di un sistema front-office integrato in grado gestire i dati del cliente ai fini della contrattualizzazione, della spedizione di documenti e informazioni e delle operazioni di marketing.
- h) L' Agenzia possiede un sistema di back-office integrato in grado di gestire gli aspetti amministrativi aziendali, la trasmissione di documenti promozionali in forma programmata e i dati riservati dei clienti, dei fornitori e dell'azienda, custodendoli in maniera sicura..

3. Varietà dell'offerta di prodotti/servizi al consumatore

L' Agenzia di Viaggio:

- a) Offre una vasta gamma di servizi connessi al trasporto aereo, ferroviario, marittimo e su gomma, all'accoglienza ed alla soddisfazione degli interessi specifici del consumatore fruitore di viaggi e vacanze; proponendo alle imprese le soluzioni più corrispondenti alle loro necessità connesse alle trasferte di lavoro delle maestranze; collaborando con le aggregazioni di carattere sociale per un'intelligente fruizione del tempo libero in occasione di gite a carattere culturale, sportivo, religioso;
- b) Fornisce un servizio di consulenza attento e preciso, adeguato alle diverse tipologie di viaggio e di clientela ed alle circostanze per le quali il servizio è richiesto (viaggi di nozze, di istruzione, professionali, tour di gruppo, ecc. ecc.), assicurando sempre la migliore corrispondenza qualitativa dei prodotti e dei servizi offerti rispetto alle esigenze del viaggiatore.
- c) Organizza, in collaborazione con Enti Pubblici e privati, incontri finalizzati alla presentazione ed alla promozione delle più significative destinazioni o di particolari soluzioni di viaggio, creando momenti d'incontro tra la clientela e gli esperti delle destinazioni o delle soluzioni promosse.
- d) Assiste il cliente nella risoluzione di eventuali problematiche connesse al viaggio e alla vacanza, sia durante la sua effettuazione - intervenendo tempestivamente per il ripianamento di situazioni impreviste - che al termine, in questo caso avvalendosi della collaborazione di personale specializzato in grado di definire ogni aspetto del *complain*.
- e) Assicura un servizio agenziale diversificato e completo, tale da favorire le più diverse esigenze del consumatore in ogni aspetto del rapporto correlato al suo acquisto, fornendo consulenza in materia di assicurazioni di viaggio, sicurezza dei territori, visti consolari, obblighi sanitari, usi e consuetudini dei diversi Paesi.
- f) Rileva la soddisfazione dei clienti mediante un periodico monitoraggio.

4. Correttezza e trasparenza nei rapporti col consumatore

L' Agenzia di viaggio:

- a) Mette a disposizione del cliente l'opuscolo informativo relativo alla destinazione e alla tipologia di viaggio richiesta, prestando attenzione a che lo stesso contenga

informazioni sul tipo di trasporto utilizzato, sulla sistemazione ricettiva, sui pasti forniti, sull'itinerario e sulle condizioni generali contrattuali.

- b) Nella fase precontrattuale, l'addetto alle vendite fornisce, in forma scritta, le opportune informazioni sulla destinazione e sul prodotto, sui documenti necessari all'espatrio, sulla necessità di richiedere visti consolari o effettuare vaccinazioni e su ogni altra condizione necessaria per la fruizione del viaggio, evitando in ogni modo di fornire informazioni ingannevoli sul servizio, sul prezzo e su ogni elemento del contratto.
- c) Provvede a redigere il contratto di viaggio in forma scritta, chiara, comprensibile e rispettosa delle previsioni di Legge, indicando chiaramente gli elementi del pacchetto o del servizio e definendo col consumatore ogni richiesta di copertura assicurativa o di necessità particolare (intolleranze alimentari, necessità di assistenza medica, ecc. ecc.). Fornisce altresì ogni necessaria spiegazione volta alla piena comprensione del contratto di viaggio da parte del consumatore.
- d) Informa il cliente, in forma scritta, anche a mezzo posta elettronica o fax, di ogni eventuale variazione al programma si renda necessaria, nel rispetto dei tempi imposti dalle vigenti normative di Legge, e risponde ad ogni sua richiesta celermente e in maniera esaustiva.
- e) Fornisce al cliente tutte le necessarie informazioni relative al trattamento dei dati personali e ne acquisisce il necessario consenso.

5. Assistenza al cliente in fase di vendita e fruizione del pacchetto/servizio turistico.

L'Agenzia mette a disposizione del proprio cliente:

- a) uno o più numeri telefonici, uno o più indirizzi di posta elettronica, un numero di fax (facoltativo) ed un contatto Skype (facoltativo) utilizzabili per interloquire con l'agenzia prima, durante e successivamente allo svolgimento del viaggio;
- b) uno o più contatti di emergenza (numero telefonico, indirizzo di posta elettronica ed eventuale contatto Skype) da utilizzare in orari diversi da quelli di regolare apertura dell'agenzia di viaggio;
- c) uno o più recapiti del corrispondente locale dell'organizzatore del viaggio preposto all'assistenza, da contattare in caso di emergenza, problema, disservizio;
- d) la possibilità, nel caso si renda necessaria la risoluzione di eventuali controversie tra l'agenzia di viaggio ed il cliente, di ricorrere al Comitato di Vigilanza espresso dal "Codice di Autoregolamentazione delle Imprese Turistiche", posto a disposizione del consumatore che ritenga di aver subito un pregiudizio.

6. Attenzione all'etica, all'accessibilità e alla sostenibilità ambientale del viaggio/servizio turistico

L'Agenzia di viaggio:

- a) Favorisce, nei rapporti commerciali e di collaborazione, le imprese impegnate nella tutela della persona e dell'ambiente, e che operano coerentemente rispettando le norme poste a difesa dei diritti dei soggetti più vulnerabili quali i bambini, gli anziani, i portatori di handicap.
- b) Si avvale della collaborazione di imprese che operano nel settore dell'accoglienza, della ricettività e della ristorazione che adottano le misure previste dalle vigenti Leggi per la

salvaguardia dell'ambiente, che non utilizzano prodotti o materiali inquinanti e che perseguono politiche di contenimento e risparmio energetico.

- c) Si impegna per favorire l'accessibilità e la visitabilità ai locali entro i quali viene svolta l'attività, permettendo a soggetti con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale di entrare agevolmente in agenzia e di raggiungere le postazioni operative degli addetti alle vendite in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia.
- d) Evidenzia, nel rapporto con i clienti, sia in forma diretta che indiretta (ovvero anche attraverso il materiale cartaceo prodotto al fine di promuovere proposte o destinazioni di viaggio, così come attraverso le pagine del proprio sito web):
 - L'esistenza, in alcune aree geografiche determinate, del fenomeno dell'offerta sessuale minorile a pagamento, indicando la relativa disciplina normativa di contrasto a tale fenomeno e di punizione dei fruitori/sfruttatori, nonché le misure/comportamenti adottabili per la lotta a tale forma di sfruttamento sociale/minorile, purtroppo ancora presente in molte aree a destinazione turistica;
 - i rischi di carattere sanitario e di sicurezza personale relativi alla destinazione oggetto del viaggio, indicando le relative misure comportamentali di protezione/prevenzione adottabili.
- e) Oltre all'obbligatorio rispetto del presente Disciplinare, ogni agenzia di viaggio aderente al Marchio di Qualità "QI" è tenuta al rispetto del "Codice di Autoregolamentazione delle Imprese Turistiche", volto a disciplinare la condotta professionale delle imprese turistiche nei confronti del consumatore, nonché tra le stesse imprese, nella produzione, distribuzione e vendita di servizi turistici. Le imprese turistiche che aderiscono al presente Codice si obbligano al rispetto delle norme in esso contenute. Il Codice nasce altresì per affermare, riconoscere e tutelare il ruolo e la professionalità delle agenzie di viaggi e di tutte le imprese turistiche nel rispetto delle esigenze e dei diritti dei propri clienti, per stimolare la formazione professionale degli addetti del settore turistico e per promuovere lo sviluppo di una comune coscienza professionale. Elementi fondamentali del Codice di Autoregolamentazione sono il rispetto dei principi morali e legali della correttezza, della trasparenza e della concorrenza.

7. L'agenzia di viaggio che svolge prevalente attività di *incoming* mette a disposizione del cliente un'ulteriore gamma di servizi.

- a) Assistenza di personale multilingue (conoscenza minima di due delle principali lingue straniere, tra le quali - obbligatoriamente - quella inglese).
- b) Prenotazione del mezzo di trasporto prescelto dal cliente dal luogo d'origine alla destinazione, e viceversa.
- c) Accoglienza nei porti, aeroporti e stazioni ferroviarie, nonché nei principali punti d'arrivo di mezzi di trasporto collettivi.
- d) Prenotazione di servizi alberghieri e ricettivi in generale, nonché dei servizi di ristorazione, sia individuali che di gruppo, prenotazione di mezzi di trasporto locale, servizio di prenotazione di vetture a noleggio con o senza conducente, nonché di minibus/autopullman con portata da 15 a 70 passeggeri.
- e) Informazioni sulle principali attrattive turistiche del territorio, sui circuiti museali e d'interesse storico, artistico e culturale, sulle fiere e sulle manifestazioni, sui percorsi turistici a carattere naturalistico, paesaggistico, sportivo e religioso.

- f) Prenotazione di guide autorizzate per escursioni e visite.
- g) L'organizzazione di eventi da realizzarsi su specifica richiesta del cliente (matrimoni in residenze storiche, convegni e meeting, banchetti conviviali, cerimonie commemorative, visite ad aziende/centri commerciali/istituti).
- h) Distribuzione di materiale illustrativo predisposto dagli Enti Turistici regionali, provinciali e comunali relativo ai luoghi oggetto delle visite, ai musei, ai centri d'interesse culturale e storico, ai luoghi di culto delle diverse religioni, ai servizi di trasporto locale.

8. L'agenzia di viaggio che svolge prevalente attività di *incoming* è impegnata nello sviluppo turistico territoriale.

- a) E' attiva nel valorizzare e promuovere il proprio ambito territoriale.
- b) Utilizza le proprie vetrine, sia quella fisica che quella virtuale del web, per proiettare all'esterno le peculiarità delle risorse turistiche del territorio, rivolgendosi tanto alla rete agenziale nazionale che al consumatore finale di altri Paesi.
- c) Collabora con gli Enti Pubblici e privati del territorio, costituendo e rafforzando un polo turistico integrato finalizzato alla realizzazione di progetti interregionali.
- d) Realizza, unitamente ad altre imprese del settore turistico e, soprattutto, del comparto agenziale, una rete turistica territoriale in grado di promuovere iniziative ed eventi utili allo sviluppo economico ed occupazionale del Paese.

9. Requisiti relativi a dipendenti e collaboratori

- a) Il Direttore Tecnico (che coincida o meno con la figura del Titolare) è continuamente ed esclusivamente presente in agenzia, in questo modo mantenendo un'operatività precisa e fedele alle normative di Legge ed assicurando una costante attenzione allo svolgimento delle operazioni agenziali.
- b) Il personale addetto possiede la conoscenza, la competenza e l'abilità ritenuta indispensabile per l'espletamento delle proprie funzioni ed è in grado di rapportarsi con la clientela evidenziando sempre e comunque la necessaria diligenza e cortesia.
- c) Il Direttore Tecnico ed il personale addetto alle diverse mansioni partecipano a corsi formativi di aggiornamento professionale sulle diverse materie professionali (tecnica turistica, gestione e amministrazione, tecniche di vendita, giurisprudenza del turismo, ecc. ecc.) con un obbligo di valutazione perlomeno annuale, e facendo partecipare gli addetti alle vendite e alla programmazione ai corsi di formazione regolarmente tenuti dagli Enti del Turismo dei diversi Paesi.
- d) Il personale fruisce di mezzi e strumenti adeguati allo svolgimento delle diverse mansioni, rispondendo velocemente e compiutamente alle richieste della clientela e definendo le procedure di vendita nel rispetto delle norme definite a tutela dei diritti dei consumatori.
- e) Tutti i collaboratori dell'Agenzia sono in regola con i relativi contratti di lavoro/collaborazione, come previsto dalle vigenti normative in materia di lavoro.
- f) L'agenzia è in regola con il rispetto delle norme dettate in tema di sicurezza sul lavoro.

TITOLARE E DIRETTORE TECNICO DELL'AGENZIA DI VIAGGIO

10. Conoscenze e competenze del Titolare e del Direttore Tecnico

- a) Il Titolare – o il Direttore Tecnico, quando le due figure non siano coincidenti – devono possedere la conoscenza:
- di due lingue straniere in forma scritta e orale (una delle quali, la lingua inglese);
 - di solide basi di economia delle imprese turistiche e dei trasporti;
 - di solide basi di tecnica della gestione finanziaria dell'impresa turistica, nonché della formazione e gestione del bilancio aziendale;
 - di elementi di management delle imprese di intermediazione e di organizzazione dei viaggi;
 - di principi di organizzazione del lavoro e tecnica di gestione delle risorse umane;
 - della normativa europea in materia di turismo e di interscambi commerciali tra i Paesi membri;
 - della normativa italiana/regionale relativa al settore dei viaggi e turismo, con particolare riferimento alla tutela del consumatore (Codice del Turismo e Codice del Consumo, in primo luogo).
- b) In considerazione del ruolo, e delle responsabilità che ne sono parte, al titolare dell'agenzia di viaggi – o al Direttore Tecnico preposto quando il titolare non possieda le caratteristiche richieste dalle vigenti normative – è richiesto di gestire, nel suo insieme, l'agenzia di viaggio, sia per le scelte di indirizzo che per la pratica quotidiana. Questo comporta la capacità di gestire l'aspetto economico e finanziario dell'attività, governando gli investimenti, predisponendone i piani di sviluppo e indirizzandone la crescita sotto ogni aspetto.
- c) Il titolare – o, in alternativa, il Direttore Tecnico – deve essere in grado di gestire e programmare l'impiego delle risorse umane, sia in un'ottica interna, sia nella gestione delle eventuali reti di vendita. Deve inoltre saper orientare e gestire le scelte di programmazione turistica in rapporto all'andamento del mercato. Infine, al titolare spetta il compito di sovrintendere agli aspetti fiscali ed agli aspetti normativi su base nazionale, europea e internazionale.

COLLABORATORI E DIPENDENTI DELL'AGENZIA DI VIAGGIO

11. Conoscenze e competenze dei collaboratori/dipendenti dell'agenzia di viaggio

- a) All'agente di viaggio, ovvero all'operatore addetto ai rapporti col pubblico, viene richiesta la conoscenza di:
- lingua inglese, in forma scritta e orale;
 - geografia del turismo;
 - tecnica del turismo, dei trasporti e della formazione del prezzo;
 - marketing turistico specifico ai sistemi di produzione, organizzazione e distribuzione di viaggi e dei servizi disaggregati;
 - tecnica pubblicitaria e pubbliche relazioni nel turismo;
 - psicologia e sociologia del consumatore dei prodotti turistici;
 - sistemi e programmi di informatica e telematica per le agenzie di viaggi;
 - principi giuridici e delle fonti normative che regolano l'attività delle imprese di produzione, organizzazione e intermediazione turistica, con particolare attenzione alla contrattualistica tipica del settore;

- normativa italiana/regionale relativa al settore dei viaggi e turismo, con particolare riferimento alla tutela del consumatore (Codice del Turismo e Codice del Consumo, in primo luogo).
- b) Le conoscenze richieste, che si ritengono indispensabili, devono permettere all'agente di viaggio di esprimere una serie di competenze quali la capacità di prenotare e vendere titoli di viaggio aereo, ferroviario e marittimo suggerendo i migliori operativi e le soluzioni più opportune sulla base delle esigenze del viaggiatore, nonché effettuare la vendita di viaggi organizzati e di pacchetti turistici selezionando i fornitori più validi e proponendo le formule più adatte alla soddisfazione delle aspettative del consumatore.
- c) L'agente di viaggio deve essere in grado di realizzare "viaggi su misura" gestendo le relazioni con i fornitori, anche esteri, e prestando al cliente una consulenza inappuntabile su ogni aspetto del viaggio programmato.
- d) All'agente si richiede di saper promuovere adeguatamente i prodotti turistici oggetto della vendita, e di saper rilevare la *customer satisfaction* al fine di migliorare le prestazioni aziendali nel rapporto con la clientela.
- e) Gli operatori dell'agenzia devono essere sempre identificabili, curati nell'ordine personale e devono adottare, nei confronti del cliente, la dovuta cortesia.

SITO WEB DELL'AGENZIA

12. Sito WEB

- a) Il sito web dell'agenzia sarà da considerarsi veicolo primario della diffusione delle informazioni riguardanti l'impresa e le sue iniziative commerciali. Per questo motivo l'impresa dovrà indicare sulla homepage i seguenti dati:
- la ragione sociale;
 - il capitale sociale;
 - la sede legale e quella operativa (se differenti);
 - la Partita IVA ed il Codice Fiscale (se differenti, altrimenti solo la Partita IVA);
 - gli estremi dell'autorizzazione / licenza con data e luogo di rilascio;
- b) In altra pagina del sito (preferibilmente alla pagina dei "Contatti"), l'agenzia indicherà con chiarezza:
- numero di telefono, di fax (non obbligatorio), indirizzi e-mail ed eventuale contatto Skype;
 - l'indirizzo di Posta Elettronica Certificata (PEC);
 - gli estremi d'iscrizione alla CCIAA e il numero REA (Repertorio Economico Amministrativo);
 - numero della polizza assicurativa di Responsabilità Civile (CCV) e nome della Compagnia.
- c) Il sito web aziendale sarà inoltre dotato di:
- area destinata alla promozione dei prodotti sia dell'agenzia che di terzi fornitori;
 - area destinata alla vendita diretta di servizi disaggregati;
 - area e-commerce dotata di sistema di pagamento con carta di credito e/o Paypal;
 - predisposizione all'interfacciamento con i principali social network;
 - sistema di comunicazione che consenta al cliente di ricevere newsletter informative;



- “biblioteca” dei cataloghi sfogliabili online dell’agenzia e dei principali tour operator.