

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne
Cofinanziato
dall'Unione Europea

France – Italia ALCOTRA



Club di prodotto

PAYSAGE+ Aimable

DISCIPLINARE 2: ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

Disciplinare

Club di Prodotto PAYSAGE+ Aimable

1. Definizione.....	2
2. Partecipazione.....	2
3. Obiettivi e Azioni.....	3
4. Benefici per gli aderenti.....	4
5. Impegni per gli aderenti.....	6
5.1 Impegni generali per il Club di Prodotto.....	6
5.2 Impegni sulla Comunicazione digitale e partecipazione al sistema.....	7
5.3 Impegni su Accessibilità e Inclusione.....	7
6. Requisiti generali.....	8
6.1 Requisiti di comunicazione digitale.....	8
6.1.1 Principi di riferimento.....	9
6.1.2 Requisiti digitali obbligatori.....	9
6.2 Requisiti comuni su tematiche benessere e outdoor.....	11
7. Requisiti specifici.....	12
RISTORANTI BIKE.....	12
7.A - Requisiti obbligatori.....	12
ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE.....	13
7.B - Requisiti obbligatori.....	13
8. Gestione dell'adesione al Club di Prodotto.....	14
8.1 Adesione.....	14
8.2 Quota di adesione.....	14
8.3 Resoconti.....	14
8.4 Rinuncia.....	14
8.5 Revoca.....	14
8.6 Controversie.....	15

1. Definizione

Il **Club di Prodotto PAYSAGE+ Aimable** è costituito dalle imprese turistiche del territorio transfrontaliero aderente al progetto ALCOTRA PAYSAGE+ Aimable della provincia di Cuneo, della provincia di Imperia e del dipartimento Alpes-Maritimes, che sono attivamente impegnate nella creazione di un'offerta di qualità e nella promozione del prodotto turistico in modo coordinato e omogeneo.

Il Club si struttura attraverso un disciplinare, il quale contiene le modalità di adesione, i soggetti che possono aderire, i requisiti che devono rispettare e le regole di funzionamento interno: definisce regole comuni per distinguersi sul territorio con offerte mirate e di qualità, e allo stesso tempo rappresenta per i turisti una garanzia e una risposta a specifiche esigenze con standard qualitativi omogenei.

2. Partecipazione

Il Club di Prodotto è organizzato per categorie di operatori e per ambiti di specializzazione: invita alla partecipazione le strutture che rispondano ai requisiti specifici richiesti dai mercati riconosciuti come obiettivi del progetto, in particolare considera il target del cicloturismo, delle attività outdoor, delle famiglie e del turismo enogastronomico.

Possono aderire al Club di Prodotto le strutture ricettive legalmente riconosciute e le attività di ristorazione, coadiuvate dal capofila Ente Turismo Langhe Monferrato Roero.

Devono avere sede e operare nel territorio del progetto e garantire il possesso dei requisiti base, dotazioni e servizi obbligatori, così come indicati nel presente disciplinare.

La partecipazione al Club di Prodotto è discrezionale, non sono pertanto ammesse le associazioni di categoria o altre aggregazioni di operatori sotto qualunque forma giuridica.

L'inserimento avviene previa presentazione della domanda di adesione allegata, con compilazione della scheda dei requisiti correlata.

Un operatore può richiedere l'adesione a categorie diverse, purché ne possieda i requisiti obbligatori. Ad esempio una struttura ricettiva può richiedere di aderire in qualità di struttura ricettiva specializzata "bike" e allo stesso tempo in qualità di struttura ricettiva "family".

3. Obiettivi e Azioni

Costruire un prodotto turistico transfrontaliero legato alle seguenti tematiche:

- **Outdoor:** cicloturismo, trekking, esperienze slow.
- **Wellness:** rigenerazione, spiritualità e benessere olistico.
- **Enogastronomia:** tipicità, esperienze autentiche e gourmet.
- **Family:** vacanze a misura di famiglie e generazioni diverse.
- **Accessibilità e inclusività:** turismo aperto a tutte le persone, con attenzione ai bisogni speciali e alla diversità dei viaggiatori.

Gli obiettivi specifici che il progetto si prefigge di ottenere con la costituzione e la promozione del Club di Prodotto sono:

- differenziare l'offerta turistica, rendendola competitiva e in linea con i nuovi trend;
- rigenerare i territori marginali attraverso il coinvolgimento attivo di tutti gli attori locali, favorendo un dialogo efficace tra le aree costiere e interne;
- sviluppare prodotti turistici sostenibili e fruibili durante tutto l'anno, per contribuire a un utilizzo più equilibrato delle risorse e a una maggiore attrattività;
- costruire una narrativa condivisa tra territori con caratteristiche e sfide comuni, in particolare a livello transfrontaliero, per rafforzare la loro capacità di promuoversi efficacemente sul mercato nazionale e internazionale;
- migliorare le competenze degli operatori turistici per offrire esperienze di qualità, capaci di soddisfare le aspettative di una clientela sempre più consapevole e alla ricerca di autenticità;
- lavorare per una promozione e diffusione omogenea e fluida dell'offerta turistica.

Per il raggiungimento di tali obiettivi, i partner di progetto si fanno carico di:

- Proposta di corsi di formazione con esperti del settore e contenuti studiati ad hoc per gli operatori aderenti: dall'autunno 2026
- Sviluppo e aggiornamento del sito web <https://paysaimables.eu/> con una nuova interfaccia dinamica: entro giugno 2027
- Sviluppo di un carnet di viaggio con vantaggi esclusivi per chi sceglie di vivere le esperienze "PAYSAGE+ Aimable": entro giugno 2027

- Produzione di audio-itinerari che raccontano l'offerta "PAYSAGE+ Aimable" secondo l'approccio del design for all: entro giugno 2027
- Organizzazione di un evento transfrontaliero outdoor "Trail Plus Aimable" con tappe che si sviluppano nell'area italo-francese (Monregalese, Imperiese e area di Nice Metropole): estate 2027
- Organizzazione di un "Buy italo-francese sul turismo lento": settembre 2027
- Organizzazione di un press tour: ottobre 2027

4. Benefici per gli aderenti

L'adesione al Club di Prodotto PAYSAGE+ Aimable inserisce gli operatori in un percorso comune di qualificazione dell'offerta turistica transfrontaliera. Il Club nasce per costruire un prodotto riconoscibile, coerente e accessibile, capace di collegare territori costieri, aree interne, paesaggi rurali e montani, esperienze outdoor, benessere, cultura, enogastronomia e servizi per tutti.

Per gli operatori aderenti, il valore principale consiste nella possibilità di lavorare all'interno di una rete organizzata, fondata su standard comuni, strumenti condivisi e occasioni di confronto con altri soggetti pubblici e privati del territorio. L'adesione consente di rafforzare la qualità dei servizi, migliorare la leggibilità della propria offerta, sviluppare nuove collaborazioni e contribuire alla costruzione di esperienze turistiche integrate, più facili da comprendere, acquistare e vivere da parte dei visitatori.

I benefici previsti dal Club vanno quindi letti in una doppia prospettiva: da un lato il rafforzamento del singolo operatore, attraverso formazione, accompagnamento, visibilità e accesso a strumenti comuni; dall'altro il consolidamento del sistema territoriale, attraverso una proposta più coordinata, accessibile, sostenibile e riconoscibile sui mercati nazionali e internazionali.

A partire da questa finalità, l'adesione al Club di Prodotto comporta per gli operatori i seguenti benefici:

- **Crescita delle competenze attraverso momenti formativi**, a partire dall'autunno 2026: gli aderenti beneficiano dello scambio di buone pratiche e di attività formative su competenze digitali, standard qualitativi, conoscenza dei territori, tendenze di mercato, strumenti di sostenibilità e inclusione, accelerando la crescita professionale.
- **Accesso gratuito alle risorse necessarie per la crescita della qualità e della competitività**: costi di promozione, di formazione e presenza sugli strumenti

digitali.

- **Stimolo all'innovazione di servizi e prodotti**, per soddisfare le aspettative di una clientela sempre più consapevole e attenta alla qualità ma anche ad una accoglienza genuina e alle relazioni con gli operatori.
- **Accesso alla rete di operatori** (servizi turistici, enti pubblici, consorzi, associazioni, operatori culturali e ambientali), conoscenza delle caratteristiche dei territori del progetto e possibilità di creare nuove collaborazioni commerciali e progettuali, anche tra aree costiere e interne.
- **Promozione coordinata, omogenea e fluida su mercati più ampi** rispetto a quelli locali o regionali. Gli operatori aderenti beneficiano di campagne di comunicazione e azioni condivise:
 - presenza in cataloghi e sul portale web dedicato <https://paysaimables.eu/>;
 - presentazione collettiva a fiere ed eventi, press tour e workshop dedicati ai tour operator internazionali;
 - partecipazione al carnet di viaggio con vantaggi esclusivi per chi sceglie di vivere le esperienze "PAYSAGE+ Aimable";
 - inserimento in iniziative volte a raccontare l'offerta "PAYSAGE+ Aimable" secondo l'approccio del design for all.
- **Maggiore visibilità**: il marchio comune "PAYSAGE+ Aimable" rafforza l'attrattiva e consente di distinguersi.
- **Maggiore attrattiva della destinazione**, che viene percepita dal turista come coordinata e più ricca di esperienze, più accessibile, più autentica e di qualità.
- **Maggiore capacità di intercettare flussi turistici stranieri e nuovi mercati**, turisti interessati ad esperienze integrate tra più territori, sulle diverse tematiche: turismo outdoor; turismo culturale; enogastronomia; cicloturismo; turismo slow e sostenibile. Questo amplia il bacino di utenza e favorisce la destagionalizzazione.
- **Maggiore competitività**: attraverso l'accordo con il Tour Operator Fun Active, specializzato nel cicloturismo, e la presentazione del Club di Prodotto ai Tour Operatori, si crea l'opportunità di costruzione di pacchetti turistici che combinano ospitalità, ristorazione, attività outdoor, trasporti, visite culturali, esperienze locali. Il prodotto risultante è più competitivo e distintivo rispetto

all'offerta individuale.

- **Incremento della permanenza media e della spesa turistica:** l'offerta integrata tra territori diversi incentiva soggiorni più lunghi e una maggiore fruizione di servizi locali.
- **Rafforzamento del posizionamento territoriale:** il club consente di costruire un'identità turistica comune forte e riconoscibile, valorizzando patrimonio naturale; cultura alpina e mediterranea; tradizioni; mobilità lenta; itinerari transfrontalieri.
- **Sviluppo sostenibile e valorizzazione delle zone montane, rurali e marginali,** che favoriscono una gestione condivisa dei flussi turistici, la destagionalizzazione e la valorizzazione delle risorse locali.

5. Impegni per gli aderenti

Gli aderenti al Club di Prodotto sono tenuti a osservare e rispettare gli impegni illustrati nei paragrafi seguenti.

5.1 Impegni generali per il Club di Prodotto

Gli operatori aderenti si impegnano a condividere gli obiettivi e rispettare le azioni proposte dai partner del progetto, provvedendo a:

- Garantire la fornitura di tutti i servizi necessari obbligatori richiesti dal disciplinare relativo alla propria categoria di adesione.
- Collaborare con la rete per l'individuazione e la promozione di proposte esperienziali sul territorio
- Partecipare alla formazione proposta per gli operatori, nel periodo autunno 2026 - primavera 2027.
- Partecipare ai mini "fam trip" sui territori durante la formazione (micro-visite strutturate per conoscere i territori parte del progetto e gli altri operatori del Club di Prodotto).
- Partecipare alle azioni di promozione e promocommercializzazione del progetto.

5.2 Impegni sulla Comunicazione digitale e partecipazione al sistema

Gli operatori aderenti si impegnano a contribuire attivamente allo sviluppo del sistema e alla qualità della comunicazione digitale del Club di Prodotto per tutta la durata dell'adesione. In particolare, sono tenuti a:

- **Fornitura di contenuti digitali:** fornire al Club contenuti utili alla promozione dell'offerta e materiale multimediale come testi, immagini e informazioni aggiornate, garantendo la disponibilità dei diritti di utilizzo e autorizzandone l'impiego per finalità di comunicazione e promozione del progetto.
- **Condivisione di dati:** fornire, ove richiesto, dati aggregati relativi alle attività connesse al Club (es. presenze, partecipanti, periodi di affluenza, provenienza), a fini di monitoraggio e sviluppo del prodotto turistico seguendo un modello data driven.
- **Comunicazione dell'appartenenza al Club:** rendere visibile la partecipazione al Club di Prodotto nei propri canali digitali e negli spazi di accoglienza, ad esempio attraverso:
 - utilizzo del logo secondo le linee guida del progetto
 - presenza di una sezione dedicata al Club nel sito web
 - indicazione dell'appartenenza nelle descrizioni delle esperienze e dei servizi collegati
 - riferimento al progetto nelle attività di comunicazione online
 - eventuale utilizzo di materiali informativi o QR code nei punti di contatto con il pubblico.

5.3 Impegni su Accessibilità e Inclusione

Il Progetto PAYSAGE+ Aimable incoraggia i fornitori di servizi turistici a conoscere le specificità di un'offerta inclusiva, a migliorare la propria consapevolezza sugli aspetti collegati al termine disabilità e a capire quali risposte si possano dare alle diverse esigenze degli ospiti.

L'obiettivo che si pone è quello di aiutare le strutture ricettive e i ristoranti aderenti al Club di Prodotto, nonché tutti i fornitori di servizi correlati, ad accogliere e supportare le persone con esigenze specifiche di accesso e fruizione, che richiedono servizi, infrastrutture e informazioni progettati per garantire autonomia, sicurezza e inclusione.

Al fine di garantire pari opportunità di fruizione dell'esperienza, il progetto intende orientare gli operatori nell'adozione di comportamenti e norme adeguati all'accoglienza di:

- persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive;
- persone appartenenti alla fascia della "terza età";
- famiglie con bambini piccoli;
- persone con esigenze temporanee (infortuni, gravidanza, ecc.).

Gli operatori che aderiscono al Club di Prodotto sono pertanto invitati a rispettare le seguenti richieste di impegno:

- **Partecipazione ai percorsi formativi obbligatori:** corsi di formazione dedicati, finalizzati allo sviluppo di competenze nella progettazione accessibile e inclusiva. I percorsi formativi si svolgeranno a partire dall'autunno 2026 e riguarderanno, in particolare: tecniche e accorgimenti per l'accoglienza di clienti con disabilità e/o con esigenze specifiche, strumenti per la promozione e la comunicazione del turismo accessibile, nonché modalità efficaci di approccio e relazione con l'utenza.
- **Compilazione della scheda di autorilevazione,** secondo le modalità e le tempistiche che verranno indicate dall'organizzazione di progetto, al fine di monitorare il livello di accessibilità e individuare eventuali ambiti di miglioramento;
- **Partecipazione alle attività di sensibilizzazione, workshop e seminari** organizzati nell'ambito del progetto, rivolti alle diverse categorie professionali (albergatori, ristoratori, operatori museali, accompagnatori naturalistici, ecc.), con l'obiettivo di progettare e promuovere una cultura diffusa dell'accessibilità e dell'accoglienza inclusiva nel settore turistico.

6. Requisiti generali

I membri del Club di Prodotto si impegnano a osservare e rispettare i requisiti illustrati nei paragrafi seguenti.

6.1 Requisiti di comunicazione digitale

L'evoluzione del settore turistico evidenzia una crescente integrazione tra esperienza di viaggio e dimensione digitale. Le modalità di ricerca, scelta, prenotazione e fruizione delle esperienze sono sempre più influenzate da strumenti digitali, in particolare da

dispositivi mobili e sistemi di ricerca avanzati.

In questo contesto, la qualità della presenza digitale degli operatori rappresenta un elemento essenziale per la leggibilità dell'offerta, l'accessibilità delle informazioni e la competitività del territorio.

Il Club di Prodotto PAYSAGE+ Aimable considera pertanto la dimensione digitale come parte integrante della qualità del prodotto turistico.

6.1.1 Principi di riferimento

I requisiti digitali si basano sui seguenti principi:

- garantire una presenza online chiara, aggiornata, accessibile e curata nella presentazione dei contenuti e dal punto di vista visivo;
- facilitare le modalità di contatto e di prenotazione da parte degli utenti;
- fornire informazioni complete, veritiere e coerenti con l'esperienza offerta;
- rendere i contenuti accessibili e comprensibili al maggior numero possibile di persone;
- favorire la leggibilità e l'integrazione dell'offerta all'interno del sistema del Club.

6.1.2 Requisiti digitali obbligatori

Tutti gli operatori aderenti al Club di Prodotto devono soddisfare i seguenti requisiti.

- **Presenza online minima:** disporre di spazi digitali ufficiali che presentino in modo chiaro la propria attività o l'esperienza proposta. In particolare:
 - deve essere presente un sito web, applicazione o pagina digitale strutturata, contenente almeno:
 - descrizione dei servizi o delle esperienze
 - orari o periodi di apertura
 - modalità di accesso o prenotazione
 - contatti ufficiali
 - indicazioni di localizzazione
 - deve essere attivo almeno un canale social ufficiale (profilo Instagram, pagina Facebook, ecc.)
- **Accessibilità digitale:** garantire che le informazioni digitali siano facilmente reperibili, comprensibili e fruibili. In particolare:
 - i contenuti devono essere presentati in modo chiaro, leggibile e

strutturato;

- deve essere utilizzato un linguaggio semplice e comprensibile;
- devono essere evitate barriere informative evidenti;
- le informazioni principali devono essere disponibili anche in formato testuale;
- devono essere chiaramente indicate le informazioni relative all'accessibilità dei servizi e degli spazi.

- **Prenotabilità e contattabilità:** rendere possibile il contatto digitale diretto da parte degli utenti. Deve essere presente almeno uno dei seguenti strumenti:
 - indirizzo email ufficiale
 - numero di telefono
 - modulo di contatto online
 - sistema di richiesta o prenotazione online

Deve essere garantita la possibilità di richiedere informazioni o prenotare servizi in modo semplice.

- **Coerenza e qualità dei contenuti digitali:** garantire che le informazioni pubblicate online siano:
 - aggiornate e corrette
 - coerenti con i servizi effettivamente offerti
 - chiare e non fuorvianti

Le immagini devono rappresentare in modo autentico i luoghi, i servizi e le esperienze.

La comunicazione deve essere coerente con i valori del progetto e con il posizionamento del Club di Prodotto.

- **Coerenza rispetto ai tematismi del Club:** garantire che i contenuti digitali descrivano in modo chiaro le caratteristiche dell'esperienza in relazione al proprio ambito tematico. In particolare, ove applicabile:
 - per l'outdoor: informazioni su percorsi, durata e livello di difficoltà
 - per il family: indicazioni sull'idoneità per famiglie e bambini
 - per l'enogastronomia: valorizzazione dei prodotti tipici e del legame con il territorio
 - per il wellness: descrizione delle attività e dei trattamenti
 - per l'accessibilità: informazioni sulla fruibilità degli spazi e dei servizi

6.2 Requisiti comuni su tematiche benessere e outdoor

La tematica del benessere rappresenta un elemento trasversale e fondante per tutti i soggetti aderenti al progetto. Essa non si configura come un ambito settoriale specifico, bensì come un principio guida che orienta in modo integrato le attività, i servizi e l'offerta complessiva di ciascun operatore.

In questo contesto, il benessere viene inteso in senso ampio e multidimensionale — fisico, psicologico e sociale — e costituisce un riferimento che accomuna realtà diverse per tipologia, dimensione e contesto territoriale. Il benessere è infatti inteso nella sua accezione più ampia di stare bene e far stare bene gli ospiti.

Parallelamente, le specificità del mondo outdoor indicate dal progetto PAYSAGE+ Aimable, quali l'ambiente naturale di pregio, la sostenibilità e la fruizione lenta nella natura, il rispetto delle comunità locali e dell'ecosistema, contribuiscono a definire un quadro di riferimento unitario. L'integrazione tra benessere e outdoor rafforza infatti la capacità del progetto di rispondere in modo innovativo alle esigenze dei destinatari in coerenza con il rispetto per le identità dei territori, promuovendo esperienze significative e inclusive.

Pertanto, la combinazione tra la dimensione del benessere e le caratteristiche proprie dell'outdoor costituisce un insieme di requisiti di ordine generale che tutte le strutture aderenti sono chiamate a possedere e a garantire. Tali requisiti rappresentano la base comune su cui costruire il Club di Prodotto.

Gli aderenti al Club di Prodotto sono invitati a:

- garantire un ambiente accogliente;
- fornire informazioni chiare e aggiornate sulle proposte e i servizi disponibili: descrizione delle attività, delle dotazioni e dei trattamenti offerti, informazioni sulla fruibilità degli spazi e dei servizi;
- rispondere in modo dettagliato alla scheda informativa che vi sarà inviata in seguito all'adesione al Club di Prodotto, anche nella parte relativa a Dotazioni / Servizi presenti nella Struttura, indicando i servizi e le dotazioni presenti nella struttura, al fine di completare le informazioni sulle caratteristiche specifiche di ogni aderente, che saranno utilizzate nelle azioni di comunicazione e di promozione.

7. Requisiti specifici

Oltre ai requisiti generali obbligatori sopra stabiliti, gli operatori del Club di Prodotto devono soddisfare i requisiti specifici indicati nei prossimi paragrafi, sulla base della categoria/tematica per la quale intendano aderire.

RISTORANTI BIKE

7.A - Requisiti obbligatori

La struttura ricettiva rispetta tutti i seguenti requisiti:

- Dotazione di rastrelliere per biciclette in locale aperto o chiuso, purché si tratti di parcheggio in sicurezza, durante la pausa.
- Kit di riparazione per i piccoli guasti alle bike (chiavi, pompa, leve, toppe, colla).
- Allaccio corrente elettrica per bike: possibilità di ricaricare la bici elettrica (e-bike) ad una presa con salvavita.
- Allaccio corrente elettrica per telefono e GPS durante la pausa.
- Materiale e informazioni su itinerari: esposizione di materiale informativo cartaceo o digitale predisposto dagli enti del turismo del territorio.
- Numero minimo di prodotti locali nel menù. Devono essere presenti almeno 3 prodotti locali identificabili, realizzati localmente o secondo pratiche tradizionali regionali, utilizzati in modo stabile durante l'anno. Sono ammessi trasformati locali tra (elenco non esaustivo):
 - formaggi
 - salumi
 - conserve
 - prodotti da forno
 - trasformati vegetali o fermentati.

Il ristorante deve essere in grado di indicare:

- origine geografica dei prodotti
- tipologia di produzione (agricola, artigianale)
- Servizio rapido e accessibile, senza necessità di prenotazione rigida.

ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

7.B - Requisiti obbligatori

- **Il ristorante deve garantire una presenza strutturale e misurabile di prodotti del territorio.** I prodotti industriali standardizzati non possono costituire l'elemento chiave del menu. **Almeno il 40%** dei prodotti somministrati (in valore o quantità) deve essere costituito da:
 - prodotti del territorio di progetto
 - prodotti tradizionali regionali coerenti.
- **Filiera corta e tracciabilità minima.** Devono essere presenti **almeno 3 prodotti** locali identificabili, realizzati localmente o secondo pratiche tradizionali regionali, utilizzati in modo stabile durante l'anno. Devono provenire da:
 - aziende agricole familiari
 - filiera locale di trasformazione
 - consorzi o cooperative locali o regionali.

Sono ammessi trasformati locali tra (elenco non esaustivo):

- formaggi
 - salumi
 - conserve
 - prodotti da forno
 - trasformati vegetali o fermentati.
- **Numero minimo di piatti territoriali.** Il menù deve includere **almeno 4 piatti** che valorizzano in modo esplicito prodotti locali. I piatti devono essere:
 - chiaramente identificabili nel menu
 - presenti in modo continuativo (salvo rotazione stagionale).
 - **Stagionalità del menu.** Nel menù devono essere periodicamente presenti **almeno 3 proposte** che rispettino la stagionalità delle materie prime:
 - devono essere identificabili piatti stagionali per ciascun periodo.
 - è esclusa una proposta fissa identica tutto l'anno.

Coerenza prodotto–stagione. È vietata la proposta sistematica di:

- ingredienti freschi fuori stagione
 - piatti non coerenti con il periodo.
- **Leggibilità per il cliente.** Il menù deve rendere leggibile la dimensione territoriale con indicazione scritta o digitale di:
 - origine geografica dei prodotti

- tipologia di produzione (agricola, artigianale)
- piatti territoriali.

Il cliente deve poter capire cosa è locale e perché.

Non è richiesta certificazione formale, ma conoscenza reale e verificabile.

- Accoglienza attenta e rispettosa alle esigenze delle **famiglie**.
- Presenza di seggiolone a tavola e fasciatoio in area bagni.
- Menù dedicato ai bambini con prodotti idonei (ad esempio primi piatti con pasta con formati adatti, con scelta di condimenti semplici, come solo olio evo e/o burro di montagna oppure pasta al sugo di pomodoro).
- **Offerta della doggy bag** per gli avanzi da portare via.

8. Gestione dell'adesione al Club di Prodotto

8.1 Adesione

Le strutture e i professionisti che intendono aderire al Club di Prodotto "PAYSAGE+ Aimable" devono farne richiesta compilando la domanda e la scheda dei requisiti.

Ogni anno gli aderenti al Club di Prodotto saranno invitati a ricompilare la scheda dei requisiti, per la verifica del mantenimento e/o del miglioramento degli stessi.

8.2 Quota di adesione

L'adesione al Club di Prodotto "PAYSAGE+ Aimable" è gratuita.

8.3 Resoconti

Per l'elaborazione delle strategie, la valutazione delle azioni intraprese e per soli fini statistici, verranno richiesti dati generali sull'andamento delle prenotazioni inerenti al Club di Prodotto.

8.4 Rinuncia

Le strutture aderenti hanno diritto di rinunciare in qualsiasi momento all'adesione al Club di Prodotto "PAYSAGE+ Aimable". La rinuncia andrà trasmessa via email e comporterà la cancellazione dal sito web e l'esclusione da tutte le azioni promozionali del Club di prodotto, oltre al divieto di utilizzo del logo.

8.5 Revoca

La perdita dei requisiti base, dotazioni e servizi obbligatori indicati nel regolamento per

l'adesione, la non collaborazione attiva alle iniziative o la non risposta alle richieste del Club di Prodotto, potrebbero comportare l'esclusione dal Club di Prodotto. L'esclusione verrà comunicata alla struttura interessata attraverso email.

8.6 Controversie

La risoluzione di controversie che dovessero insorgere tra gli aderenti al Club e i loro ospiti relativamente ai requisiti base, dotazioni e servizi obbligatori richiesti, nonché alle regole di condotta contenute nel presente Codice, è demandata alla proposta conciliativa del Difensore del Turista al quale dovrà pervenire,

il reclamo dell'ospite, debitamente motivato.

Al riguardo, la procedura seguita dal Difensore del Turista sarà la seguente:

- convocazione – anche immediata nei casi urgenti – delle parti;
- definizione della controversia in caso di raggiungimento di un accordo tra le parti o di accettazione di una proposta conciliativa formulata dal Difensore del Turista;
- in caso di non accettazione da parte dell'aderente della proposta di conciliazione, il Difensore del Turista, sentito il parere del rappresentante della categoria interessata, adotta una decisione inappellabile sulla controversia alla quale l'aderente dovrà obbligatoriamente conformarsi;
- in caso di inottemperanza da parte dell'aderente, il Difensore del Turista:
 - redige e consegna all'ospite un verbale dell'incontro;
 - segnala l'accaduto alla categoria di appartenenza;
 - predispone, a titolo di sanzione, un richiamo scritto e, nei casi più gravi, dispone l'esclusione dell'aderente dal Club di Prodotto.



REPUBBLICA ITALIANA



PROVINCIA DI CUNEO



REGIONE PIEMONTE



MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA AGRICOLTURA CUNEO



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA AGRICOLTURA ALPES DE HAUTE SAVOIE



CCNICE CÔTE D'AZUR

Au cœur de votre histoire



CMA VALLE D'AOSTA



LANGHE MONFERRATO ROERO

The World of Superstars



ATL

ALTA LIGURIA