



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
GOOGLE TRAVEL	PAG. 3
APERTURA B&B IN CONDOMINIO	PAG. 4
GOOGLE - NUOVA PIATTAFORMA PER GLI HOTEL	PAG. 5
LOTTERIA DEGLI SCONTRINI	PAG. 6 e 7
TRIPADVISOR	PAG. 8 e 9
ABBIAMO SEMPRE FATTO COSÌ?	PAG. 10 e 11
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG. 12 PAG. 26 e PAG 29
AZIENDE PARTNERS	PAG. 5 PAG. 13 e 14 Da PAG 15 a PAG 17 Da PAG 22 a PAG a 29
CONVENZIONE NEXI-FEDERALBERGHI	PAG. 14
TRIBUNA APERTA	PAG. 16
NON SERVE VENDERE L' ALBERGO	PAG. 18 e 19
PORTALE SALUTEPIEMONTE. IT	PAG. 30
APP & DINTORNI	PAG. 31

OVERVIEW

Covid e digitalizzazione del turismo: la spinta delle aziende verso l'online

Campagne Google Ads, uso dei social, restyling del sito e web marketing: l'**emergenza sanitaria** ha spinto le **Pmi italiane**, storicamente meno attive sui progetti digitali, a rivedere il modo di cercare clienti e i canali di vendita, aumentando la propria **digitalizzazione**.

Secondo **uno studio di Marketing01**, negli ultimi quattro mesi sono cresciute dell'**86 per cento le Pmi** che hanno avviato almeno un'azione di web marketing. E il **turismo**, insieme al commercio al dettaglio di prodotti artigianali e alla ristorazione, è tra i settori che hanno incrementato di più la propria presenza online. Il **78%** ha scelto di investire sui **social network**, soprattutto Facebook e Instagram, il **62%** ha modificato in modo importante il proprio **sito**, creando anche sezioni e-commerce, mentre un'azienda su due ha avviato almeno una campagna di Google Ads.

Aumenta anche la presenza su **nuovi canali di vendita** come Google Shopping, piattaforme di vendita online, e-commerce propri oppure raccolta di ordini tramite Whatsapp e social.

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO



FONTE www.ttgitalia.com

Google Travel fornisce nuove informazioni sulle misure anti-Covid presenti in Hotel e strutture ricettive

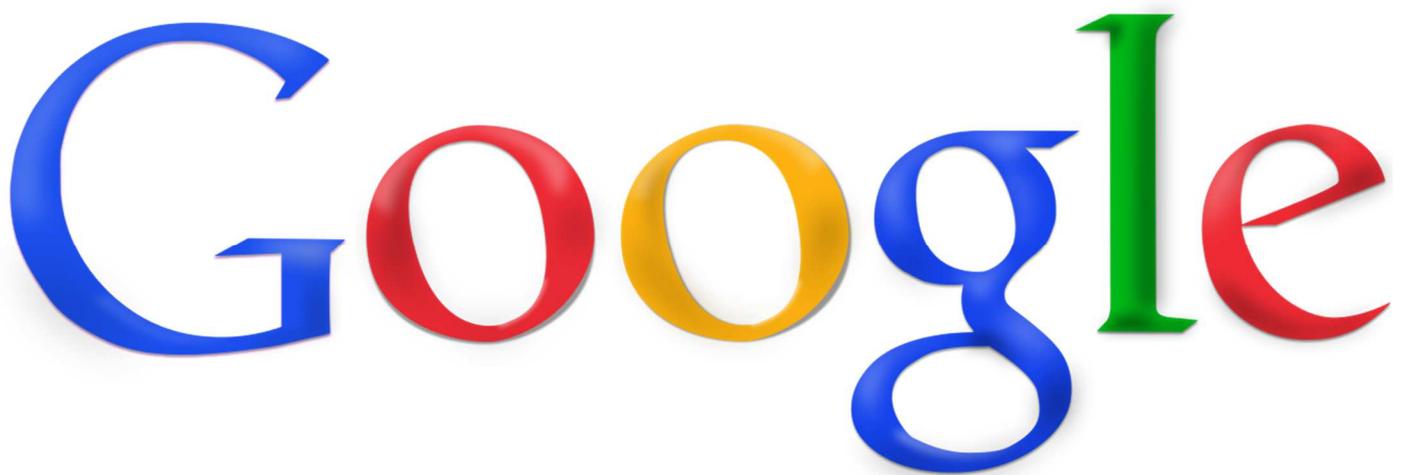
Google ha introdotto un'importante novità al suo sistema di prenotazione **Google Travel**, dando la possibilità a hotel e strutture ricettive di inserire informazioni sulle misure anti-Covid messe in campo. Lo scopo è quello di incoraggiare i turisti a non rinunciare ai propri viaggi, nonostante l'emergenza coronavirus.

Con questa iniziativa, Google vuole offrire il proprio contributo nel sostenere il comparto turistico-ricettivo, promuovendo un turismo sicuro e senza rischi. Attraverso una sezione dedicata, gli utenti che sono in cerca di hotel o di altre tipologie di soggiorno (affittacamere, case vacanza, ecc...), possono visualizzare nuove informazioni sulle misure di prevenzione anti contagio adottate dalla struttura.

Nello specifico, è possibile conoscere le **procedure di pulizia e igienizzazione** in uso, oppure se esiste un'opzione che consente di effettuare il **check-in senza contatto**. I proprietari di alberghi e strutture ricettive possono fornire autonomamente queste informazioni relative ai protocolli adottati, utilizzando semplicemente il proprio profilo su **Google My Business**.

Per la realizzazione di questa importante iniziativa, Google ha collaborato con le più grandi catene alberghiere (Marriott, Hilton, Best Western, Hyatt, Holiday Inn, ecc...), che da subito hanno voluto contribuire al lancio ufficiale del progetto. Sono state coinvolte anche le associazioni di categoria e le agenzie che si occupano degli affitti di case vacanza, in modo da esprimere al meglio la necessità dei gestori di attività ricettive di infondere sicurezza ai viaggiatori.

Ricordiamo, inoltre, che questa è solo una delle iniziative messe in campo negli ultimi mesi da Google in risposta all'emergenza Covid-19. Infatti, attraverso Google Travel, i viaggiatori possono ricevere aggiornamenti sulle destinazioni oggetto di interesse, in modo da avere informazioni sulle misure restrittive vigenti. Qualora la meta selezionata non è soggetta a limitazioni, è possibile visualizzare la disponibilità non solo di hotel e ma anche di voli operativi



FONTE www.forniturealberghiereonline.it

**Garantito Servizio Assistenza Legale, Fiscale,
Contabile, sul CCNL Turismo, Consulenza gratuita su
Energia ed efficientamento, Assicurazioni, pratiche Inps,
e tanto altro ancora....**

Presso i ns. uffici troverete servizi sopra descritti non solo riservati alle aziende iscritte **FEDERALBERGHI** e ai loro dipendenti.

I Consulenti saranno a disposizione presso la sede Federalberghi a Verbania Intra, dalle ore 09.30 alle 12.30, su appuntamento.

Potrete inoltrare le Vostre richieste inerenti problematiche che ritenete utili, o quesiti che riguardano la Vostra attività, al n. 0323/40.33.00 - int 201 o via mail a direzione@federhotels.it

Apertura di B&B in condominio: il regolamento condominiale può vietarlo

Il condominio può opporsi all'apertura di un Bed and Breakfast? Questo è possibile se il regolamento condominiale pone un divieto per le attività commerciali.

A sancirlo una sentenza della Cassazione pubblicata lo scorso 7 ottobre, con la quale vengono chiariti alcuni importanti aspetti che riguardano lo svolgimento dell'attività di B&B e affittacamere.

Nello specifico, per aprire un Bed & Breakfast in un condominio è necessaria **l'autorizzazione dell'assemblea condominiale**, che può legittimamente opporsi qualora il regolamento condominiale preveda il divieto di esercitare nello stabile attività commerciali.

La sentenza del 21562/2020 della Corte di Cassazione, infatti, stabilisce che l'attività di affittacamere o B&B deve essere considerata **contrapposta alle finalità abitative** dell'immobile, mentre rientra in toto nelle attività commerciali vietate dal condominio perché assimilabile a quella alberghiera. Inoltre, b&b e affittacamere non possono rientrare nel normale uso abitativo, in quanto per lo svolgimento delle proprie attività, prevedono il pagamento di un corrispettivo per soggiorni più o meno brevi, nonché la somministrazione di prestazioni di servizi personali (pulizia dei locali, fornitura di biancheria da letto e da bagno, ecc.).

L'ordinanza della cassazione chiarisce così questo aspetto: **Qualora il regolamento condominiale contenga la disposizione che vieti le attività commerciali è illegittimo svolgere l'attività di affittacamere compresa quella identificabile in un bed and breakfast in tutto e per tutto assimilabili alle attività imprenditoriali alberghiere a nulla rilevando le ridotte dimensioni, in quanto non diversamente dall'albergo si configurano come un'attività connotata da una impresa e dal contatto diretto con il pubblico.**

Nella pratica, sulla base di un regolamento condominiale (che deve essere un vero e proprio "regolamento contrattuale", e quindi approvato all'unanimità), il condominio può tutelare il decoro e la tranquillità del palazzo vietando al suo interno l'apertura di un b&b. Questo è quanto sancito dalla Corte di Cassazione, che con questa sentenza ha creato un precedente a cui bisogna fare riferimento qualora si voglia intraprendere un'attività di Bed & Breakfast all'interno di un stabile condominiale.

Google, una piattaforma per gli alberghi: parte dall'Italia il progetto Hotel Insights

Google ha scelto l'Italia come primo Paese al mondo per il lancio locale di **Hotel Insights**, la nuova piattaforma che intende aiutare il settore alberghiero a intercettare la domanda turistica potenziale e a rafforzare le competenze digitali. Un progetto che si avvale delle partnership strategiche di **Federalberghi, Confindustria Alberghi e Federturismo**.

"La piattaforma - ha spiegato **Vincenzi Rilli**, chief marketing officer **Google Italia** - potrà aiutare i proprietari alberghieri a **individuare i profili dei turisti e a migliorare la visibilità del proprio**". Hotel Insights consente di seguire **corsi online gratuiti**, disponibili dai siti web delle associazioni stesse, e si articola in diversi step per condurre l'utente attraverso un'analisi dei mercati e rispettivi viaggiatori. "Abbiamo chiesto agli albergatori quali fossero le loro esigenze - ha aggiunto **Marco Giorgini**, head of vertical platforms **Google Emea** -. Nella sezione Risorse **si preparano gli hotel a catturare la domanda e a offrire la proposta più consona**, ma anche come **migliorare l'esperienza degli ospiti** nel sito web dell'albergo". "Apprezziamo e supportiamo questo progetto - ha affermato **Alessandro Nucara**, direttore generale **Federalberghi** -, che **può aiutare le imprese a cambiare prospettiva e mentalità**, in un'ottica di competenze digitali. Siamo consapevoli che in questo periodo, quando i conti sono in rosso, è difficile pensare alla formazione, ma è questo che farà più forte il settore una volta passata la tempesta".

Per **Marina Lalli**, presidente **Federturismo**, "la piattaforma di Google **aiuta a intercettare la domanda turistica** che ormai si esprime praticamente soltanto online, poiché il digitale è diventato strumento primario in questo periodo". **Un passo per la ripartenza**: Un progetto rilevante per il settore, secondo **Barbara Casillo**, direttore generale **Associazione Italiana Confindustria Alberghi**: "Occorre **costruire la propria presenza digitale** che sia coerente con la domanda, alla luce di una crisi che ha modificato la fisionomia dei viaggiatori". "L'intuizione di una piattaforma per il sostegno dei nostri alberghi **contribuirà alla ripartenza del settore turistico** - ha dichiarato **Lorenza Bonaccorsi**, sotto segretaria al Turismo del **Mibact**, intervenendo alla presentazione di Hotel Insights -.

Poter contare su strumenti digitali innovativi significa anche consolidare il ruolo delle smart destination, mentre per **Giorgio Palmucci**, presidente **Enit**, "**è importante guardare alla ripartenza con strumenti adeguati**, mirando soprattutto a quei mercati, come Usa e Asia, che sono mancati, generando perdite enormi alle città d'arte".

FONTE TTGITALIA.COM



DICEMBRE 2020



GUIDA
PER GLI ESERCENTI

Lotteria degli
Scontrini



LA LOTTERIA DEGLI SCONTRINI (vedi www.agenziaentrate.gov.it/)

Cos'è: La lotteria nazionale degli scontrini è il nuovo concorso a premi gratuito, collegato agli acquisti effettuati con modalità "cashless" (non in contanti), che parte il 1° gennaio 2021. Possono partecipare tutti i cittadini maggiorenni e residenti in Italia che acquistano beni e servizi con strumenti di pagamento elettronici (bancomat, carta di credito, carta di debito) per i quali è rilasciato un documento commerciale (il vecchio "scontrino") mediante un registratore telematico o la procedura web messa a disposizione dall'Agenzia delle entrate. Ogni acquisto genera biglietti "virtuali" che consentono di partecipare alla lotteria: ogni euro speso dà diritto a 1 biglietto, fino a un massimo di 1.000 biglietti per uno scontrino pari o superiore a 1.000 euro. Alle estrazioni della lotteria cashless partecipano non soltanto i consumatori ma anche gli esercenti, cioè i venditori che trasmettono telematicamente i corrispettivi. Il biglietto vincente per il consumatore determina automaticamente anche la vincita per l'esercente.

I premi per gli esercenti: per gli esercenti sono previsti i seguenti premi: • per le estrazioni settimanali, 15 premi da 5.000 euro ciascuno • per le estrazioni mensili, 10 premi da 20.000 euro ciascuno • per l'estrazione annuale, un premio da 1.000.000 di euro.

2. COSA DEVE FARE L'ESERCENTE

I 3 PASSI PER ESSERE PRONTI A PARTECIPARE E FAR PARTECIPARE ALLA LOTTERIA

1

Verificare con il laboratorio da cui ha acquistato il registratore telematico che il *software* di quest'ultimo sia aggiornato per poter memorizzare e trasmettere i dati della lotteria



2

Consentire ai propri clienti di pagare con modalità elettronica (carte di credito, bancomat, Satispay, ecc.). Si consiglia di collegare il registratore telematico con il sistema di pagamento elettronico



3

Si consiglia di dotarsi di un lettore di codici a barre (*barcode*) per poter registrare in automatico e senza errori il codice lotteria che verrà mostrato dal cliente. In alternativa, si userà il tastierino del registratore per digitare il codice



Acquisizione del codice lotteria del cliente e trasmissione dei dati

Prima di emettere lo scontrino, l'esercente – al momento della registrazione dell'operazione sul registratore telematico (o sulla procedura web dell'Agenzia) – deve memorizzare anche il "codice lotteria" che il cliente mostra al momento dell'acquisto *cashless* di importo pari o superiore a 1 euro.

Si tratta, in sostanza, di scansionare il codice lotteria con un lettore ottico collegato al registratore telematico (o digitarlo sul tastierino del registratore stesso), memorizzare i dati dell'operazione, accettare il pagamento con carta, bancomat o altro strumento elettronico di pagamento ed emettere il documento commerciale.

Su quest'ultimo, pertanto, dovrà essere riportato sia il codice lotteria del cliente che l'evidenza dell'importo pagato in elettronico.

Sarà poi il registratore di cassa, in automatico, a trasmettere i dati al sistema della lotteria (gestito dall'Agenzia delle entrate e dall'Agenzia delle dogane e dei monopoli).

DESCRIZIONE	IVA	Prezzo (€)
Prodotto "X"	22%	2,00
Prodotto "Y"	22%	1,00
Sottototale		3,00
TOTALE COMPLESSIVO di cui IVA		3,60
Pagamento contante		00,00
Pagamento elettronico		3,00
Importo pagato		3,00

02-01-2021 9:10
COMMUNICA E TRASMETTI

Codice Lotteria
XZ 000 00

Arrivederci e Grazie!

Tripadvisor lancia il suo primo piano di abbonamento per i viaggiatori

Tripadvisor da tempo attrae entrate da abbonamenti di alberghi e ristoranti. Oggi è pronta a lanciare il suo primo programma di abbonamento per i consumatori.

Notizie dall' headquarter: Venerdì, l'amministratore delegato Steve Kaufer ha affermato che il piano di abbonamento offrirà sconti ai viaggiatori per hotel e attrazioni e sarà anche in grado di offrire vantaggi ed esperienze speciali durante il viaggio.

Dalla lettera dell'azionista del terzo trimestre di Tripadvisor:

"Nei prossimi mesi intendiamo lanciare una nuova offerta in abbonamento, diretta al consumatore, che ci permette di servire i viaggiatori in un modo completamente nuovo e di aiutarli ad ottenere più valore dalle loro esperienze di viaggio.

Gli abbonati potranno accedere a preziose offerte e vantaggi in decine di migliaia di hotel di alto livello, oltre a risparmi esclusivi sulle nostre quasi 400.000 esperienze prenotabili e, come altri servizi standard di abbonamento per i consumatori, abbiamo in programma di aggiungere ulteriori vantaggi per offrire più valore ai consumatori nel tempo.

Siamo cauti con le nostre aspettative nel lancio di qualsiasi nuovo prodotto nel settore dei viaggi in questo momento e il lancio iniziale sarà limitato in termini di prodotto e di ambito geografico in base al design".

Questo è qualcosa che il suo principale concorrente Google non sta ancora facendo.

La "posizione meravigliosa" di Tripadvisor: Con i suoi rapporti diretti con decine di migliaia di hotel e aggregatori, così come con 400.000 tour e fornitori di attività, Tripadvisor è in "una posizione meravigliosa" per offrire esperienze speciali agli abbonati consumatori, ha detto Kaufer.

Tripadvisor, ha detto, ha avuto circa 400 milioni di visitatori unici mensili pre-Covid, e una porzione sostanziale potrebbe essere disponibile per il prodotto in abbonamento con sconti, upgrade sulle loro camere d'albergo, o un pasto speciale quando stanno pianificando o prenotando viaggi.

Tripadvisor ha già più di 100 milioni di "membri", che attualmente è un servizio gratuito, ha detto.

Un analista ha chiesto a Kaufer se la promozione del piano di abbonamento annuale richiederebbe un aumento dei costi di marketing.

"Diventa un'opportunità molto facile senza costi di marketing incrementali per noi per educare un consumatore nel momento in cui è pronto ad acquistare", ha detto Kaufer.

Tuttavia, se i viaggiatori stanno pianificando un viaggio su Tripadvisor e non sottoscrivono l'offerta di abbonamento presentata, l'azienda potrebbe spendere dei soldi per ritargettizzare l'offerta altrove, ha detto Kaufer.

Tripadvisor: nuove prospettive su reputazione online e business intelligence

Oltre ai piani di abbonamento per hotel e ristoranti, Tripadvisor ha annunciato recentemente che farà il suo debutto nei programmi di abbonamento di gestione della reputazione e business intelligence per questi settori.

Kaufer ha sostenuto che il nuovo piano di abbonamento di Tripadvisor per i consumatori sarebbe stato complementare ai programmi di fidelizzazione degli hotel – una premessa che doveva essere dimostrata.

Ristoranti e affitti

Tripadvisor ha registrato una perdita netta di 48 milioni di dollari nel terzo trimestre rispetto a un utile di 50 milioni di dollari dell'anno precedente. Le entrate sono scese del 65% a 151 milioni di dollari.

Il calo delle entrate è stato abbastanza consistente in tutti i segmenti della società, ovvero Hotels, Media & Platform; Experiences & Dining; e Other, che include le unità di business Rentals, Flights & Car, Cruises, e Tripadvisor China.

Il calo del 65% rispetto all'anno precedente del fatturato totale nel trimestre conclusosi il 30 settembre ha rappresentato un miglioramento rispetto al trimestre di giugno, che ha visto diminuire il fatturato dell'86%. Il miglioramento del terzo trimestre è stato coerente con le tendenze di Booking Holdings ed Expedia Group.

“Simile al secondo trimestre, nel terzo trimestre, i ristoranti e gli affitti hanno mostrato il miglioramento relativo più veloce, seguito da Hotel ed esperienze”, ha detto giovedì la lettera dell'azionista della società.

“La nostra attività di ristorazione basata sulle transazioni, TheFork, ha dimostrato ancora una volta una relativa forza e, in particolare, è risalita ampiamente ai livelli di fatturato del 2019 nel mese di settembre”.

Kaufer ha detto di dubitare che Tripadvisor non sarà mai conosciuto come un marchio di alloggi alternativi, ma ha in programma di essere attiva nell'offrire loro una scelta di alloggio.

Facendo eco a ciò che Expedia ha detto anche questa settimana, Kaufer ha detto che una delle principali sfide da affrontare è come miscelare in modo efficace le sistemazioni alternative con gli hotel nei risultati di ricerca.

I numeri del traffico di Tripadvisor mostrano che c'è un continuo interesse dei consumatori per i viaggi, anche se il numero di visitatori è inferiore ai livelli pre-Covid. Ad esempio, a settembre i visitatori unici mensili di Tripadvisor sono stati il 74% delle cifre dell'anno precedente, ha detto l'azienda.



“Abbiamo sempre fatto così”: quel lessico alberghiero che uccide il futuro

Le parole sono importanti. E il modo in cui si usano influenza le azioni, le prospettive e i risultati. Vediamo come il reiterare abitudini malsane o non più efficaci possa portare a un pericoloso immobilismo e a condizionare negativamente il futuro dell'hotellerie.

Le parole sono importanti, abbiamo detto. E mai come nelle procedure lavorative i *mantra* possono portare, come una profezia autodeterminante, al successo o all'insuccesso di un progetto. Ecco, *abbiamo sempre fatto così* è uno di questi. **La coperta di Linus, la comfort zone** per antonomasia. L'espressione che più spesso chi si occupa di innovazione – da tutti i punti di vista – si sente ripetere nel mondo dell'ospitalità e non solo. Fino a qui, tutto bene. Basta che funzioni. Il problema sopraggiunge quando questa espressione rappresenta soltanto uno schermo che vorrebbe proteggere l'albergatore dalla paura di cambiare. **Un cambiamento che si trova spinto da due forze opposte:** l'evidenza della necessità contro il conservatorismo. Vediamo quand'è che questa semplice frase può arrivare a rappresentare davvero un problema.

Nel passaggio generazionale

Tutto deve cambiare perché tutto resti come prima. Albergatori padri, albergatori figli. La situazione tipica è quella della generazione precedente che vorrebbe/dovrebbe passare il testimone a quella successiva, rimanendo però aggrappata a un modo di lavorare dal quale fa fatica a staccarsi. Un modo di lavorare che però, per quanto abbia funzionato in passato, **non è più adatto alle nuove esigenze degli ospiti.** E così ci troviamo di fronte a padri che vorrebbero essere aiutati dai figli i quali, a loro volta, scalpitano per prendere in mano le redini dell'azienda di famiglia ma non vengono mai lasciati liberi di apportare cambiamenti. **Perché questo attaccamento al passato?** Perché questa **resistenza al cambiamento**? Non è difficile dare una risposta.

I *padri*, in Italia, hanno sì fatto la storia dell'ospitalità ma – inutile negarlo – in un momento storico ed economico molto più fiorente. Quando per essere albergatore non era necessario avere tutte le competenze che si hanno oggi. Diverse situazioni fiscali, poche necessità di promozione, assenza del digitale, ospiti affezionati. Oggi chi ha gestito un hotel nei decenni passati si trova nella condizione, sì, di comprendere le nuove istanze del settore ma, allo stesso tempo, conserva – o vuole conservare – l'**intima convinzione che il suo modus operandi possa essere applicabile anche al presente** e, perché no, anche al futuro. Così i passaggi di consegne restano in stand-by, i figli nel limbo e i sogni nel cassetto. Perché, d'altronde, *abbiamo sempre fatto così.*

Nella presunzione di sapere cosa vogliono gli ospiti

In questo continuo muro di gomma dell'*Abbiamo sempre fatto così* rientra anche l'arroganza di voler interpretare i desideri dei clienti e di volerli credere perfettamente soddisfatti della proposta offerta.

I miei clienti non accetterebbero mai una modifica nelle politiche di prezzo!
Come se non fossero abituati a viaggiare con le compagnie aeree e a prenotare in base alle variazioni di prezzo.

I miei clienti non sono sui social!
Ah no? Li hai controllati uno per uno? Allora non hai una clientela, hai una riserva di Panda.

I miei clienti vogliono la pensione completa!
Hai mai provato a offrirgli delle alternative, magari più allettanti per loro e più convenienti per te? Sei sicuro che non dipenda dal fatto che gli offri soltanto questa soluzione? Sei sicuro che non facciano mai viaggi e non accettino altre proposte?

I miei clienti sono solo famiglie e gruppi!
Vedi sopra. Non sarà che, da sempre, ti proponi soltanto alle famiglie e ai gruppi?

I miei clienti non leggono le recensioni, il mio hotel funziona con il passaparola!
E perché, le recensioni cosa sono se non un passaparola amplificato?

I miei clienti preferiscono telefonarmi, non mi serve un booking engine!
A parte che una soluzione non esclude assolutamente l'altra, ma hai mai pensato che la maggior parte dei turisti prenota attraverso [Booking.com](https://www.booking.com) che, guarda caso, non è che un sistema di prenotazione online?

Alla fine quello che più colpisce è proprio questa predizione autoreferenziale che esclude a priori la possibilità di attrarre una nuova clientela. O di migliorare l'esperienza degli ospiti abituali. Perché, appunto, *Abbiamo sempre fatto così*.

Nell'innovazione tecnologica

"Ma se *abbiamo sempre fatto così*, perché adesso dovrei mettermi a studiare nuovi [software](#), [nuovi sistemi](#), nuove [procedure](#)?"

"Perché dovrei rinnovarmi, magari cambiare nome, mettere i tablet in camera, introdurre il [self check-in](#) e cambiare le [policy di prezzo](#)?"

"Perché dovrei promuovermi su [Google](#) o sui [social](#), quando i miei clienti mi conoscono già? Io non ne ho bisogno"...E così, di anno in anno, la nostra proposta alberghiera resta sempre più indietro rispetto ai trend internazionali. Ed è desolante constatare come, per convincersi ad [apportare alcune innovazioni di cui si parla da anni](#), ci sia stato bisogno di imposizioni o necessità stringenti dovute a una pandemia.

Tutta colpa di un *Abbiamo sempre fatto così*.

COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



Gentili Associati,

Come ben sapete il mercato energetico è in continua evoluzione.

Siamo pertanto ad informarvi su quanto segue:

Dal primo gennaio 2016 le bollette hanno cambiato veste e tutti gli operatori si sono adeguati progressivamente alle nuove normative della Bolletta 2.0, **che rendono purtroppo ancora più complesso il controllo dei costi da parte degli utenti**. Infatti le bollette riportano solo più costi medi forfettari e non dettagliati.

Prima conseguenza è infatti il proliferare di fornitori ed offerte non equiparabili perché fondate su differenti parametri che, **se non conosciuti**, creano confusione e false aspettative; pertanto la sbandierata semplificazione si riduce ad una mera illusione di risparmio.

Dalla fine del 2018 sparirà il Mercato di Tutela (**domestico**) anche per tutte le utenze residenziali, che dovranno obbligatoriamente passare nel mercato libero e saranno tempestate di proposte (già adesso lo sono) che non avranno le basi conoscitive per selezionare e scegliere.

Alla luce delle considerazioni sopra esposte, l'Associazione si rende fin d'ora disponibile nel mettervi a conoscenza per tempo dei cambiamenti e valutare con voi le "mirabolanti" offerte che pervengono a voi ed ai vostri dipendenti (vedi ad esempio offerte di sconto Canone RAI ed altre), per non ricevere sgradevoli sorprese e sostenere costi smisurati in tema di energia!

Certa della vostra attenzione, Vi invito a mettervi in contatto con la ns. sede oppure direttamente con la Sig.ra

Maria Paola Mathieu, che come sempre si è resa disponibile ad incontrarvi in azienda anche per esaminare le bollette relative alle Vs. utenze private oppure anche presso la ns. sede di Verbania, previo appuntamento, nell'orario di apertura al pubblico dei ns. uffici, dalle ore 09.00 alle ore 13.00 dal lunedì al venerdì.

Contatti diretti della Sig.ra Mathieu: Cell +39 335 5970784 / Mail: m.mathieu@alma.it oppure mariapaolamathieu@gmail.com

Ribadiamo che la proposta è estendibile anche ai Vs. cari e ai Vs. dipendenti, qualora interessati ad una consulenza gratuita sul tema.

Grazie per l'attenzione e in attesa di un Vs. contatto, siamo a porgere i ns. migliori saluti.

Direzione Federalberghi Provincia V.C.O.

Tel. 0323/403300 – int 201 (dalle ore 09.00 alle 13.00)

Cell. 349/4514268

Mail: direzione@federhotels.it

MI SENTO AL SICURO
PERCHÉ C'È CHI
DIFENDE I MIEI DIRITTI.

Anna



TUTELA LEGALE

Garanzie su misura • Assistenza professionale • Scelta del legale

Con UnipolSai Tutela Legale hai una polizza che difende i tuoi diritti, i tuoi interessi e copre le spese legali in caso di controversie giudiziali o stragiudiziali. Puoi contare su qualcuno che è al tuo fianco e ti assiste per tutelare la tua attività e la tua famiglia. Perché la tua tranquillità merita i migliori professionisti.

UnipolSai Assicurazioni. Sempre un passo avanti.

rate mensili*

**TASSO
ZERO**

TAN 0% TAEG 0%

TI ASPETTIAMO IN AGENZIA

AGENZIA SPINELLA • UNIPOLSAI ASSICURAZIONI

DOMODOSSOLA • C.so Dissegna 6/8 • Tel. 0324 47893

VERBANIA • P.za Mercato 3 • Tel. 0323 405396

OMEGNA • Via F.lli di Dio 43 • Tel 0323 887232

PIEDIMULERA • Via Stazione • Tel 0324 842018

39002@unipolsai.it • www.unipolsaispinella.it

* Pagamento del premio di polizza tramite finanziamento a tasso zero (TAN 0,00%, TAEG 0,00%) di Finitalia S.p.A., da restituire in 5 o 10 rate mensili in base all'importo del premio di polizza (minore o maggiore di € 240,00). Esempio: importo totale del premio € 500,00 – tan 0,00% – Commissioni di acquisto 0,00% – importo totale dovuto dal cliente € 500,00 in 10 rate da € 50 ciascuna. Tutti gli oneri del finanziamento saranno a carico di UnipolSai Assicurazioni S.p.A. Operazione subordinata ad approvazione di Finitalia S.p.A. Intermediario Finanziario del Gruppo SPER Banca. Prima di aderire all'iniziativa, consultare le informazioni europee di base sui crediti ai consumatori (SECCI) e l'ulteriore documentazione prevista dalla legge disponibili in agenzia e sul sito www.finitalia.it. Offerta valida sino al 30/06/2020 soggetta a limitazioni. Per tutti i dettagli e per verificare quali sono le polizze disponibili con il finanziamento a tasso zero rivolgersi all'agenzia.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Prima della sottoscrizione leggere il Set Informativo pubblicato sul sito internet www.unipolsai.it

UnipolSai
ASSICURAZIONI

nexti
XPay
Hotel

 **FEDERALBERGHI**
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

Accettare i pagamenti
in modo digitale
garantendo un incasso
sicuro non è mai stato
così facile!

SCEGLI XPAY HOTEL PER
IL TUO E-COMMERCE
A CONDIZIONI SPECIALI

**SOLO PER TE UN VOUCHER
PROMOZIONALE «NEXI4TOURISM»**

**Dettaglio
Offerta
Federalberghi**

NEXI4TOURISM

- Nessun costo di attivazione
- Canone mensile 7,00 €
- Servizio Protection Plus 7,50€ una tantum
+ 2,50€ al mese
- Costo per transazione pari a 0,10 €
- Commissione unica pari a 1,40% sul valore transato

<https://ecommerce.nexti.it/guida-primafase?p=2>

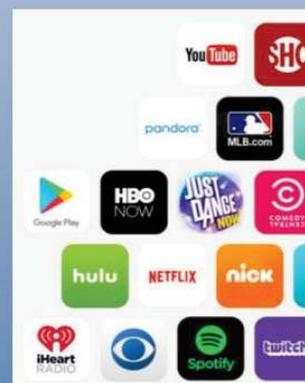
L'accordo prevede un'offerta "solo e-commerce" per gli alberghi senza nessun contratto acquiring con Nexio Banche Partner.



Hospitality TV

Nuovo modo di utilizzare la TV

L'ospite può visualizzare e condividere i suoi contenuti sia televisivi che personali dal suo dispositivo (smartphone, tablet o PC) all'hospitality TV



PER INFO
NON ESITATE A CONTATTARCI:
0322.94617
commerciale@crollatelecom.it



TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Quesito: Un cliente può muoversi in hotel senza mascherina mantenendo il distanziamento Sociale dagli altri ospiti e indossando la mascherina solo quando il distanziamento non è assicurato?



Risposta:

Secondo le vigenti disposizioni, è necessario usare la mascherina nei luoghi chiusi accessibili al pubblico e, comunque, in tutte le occasioni in cui non sia possibile garantire continuamente il mantenimento della distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro. Ad esempio, è obbligatorio indossare la mascherina per accedere alle attività di vendita, alle banche, per accedere agli uffici della pubblica amministrazione. Inoltre, si prevede che gli ospiti debbano sempre indossare la mascherina nelle aree comuni chiuse. Anche il personale dipendente è tenuto sempre all'utilizzo della mascherina in presenza dei clienti e, comunque, in ogni circostanza in cui non sia possibile garantire la distanza interpersonale di almeno un metro. Negli ambienti comuni all'aperto, la mascherina deve essere indossata quando non sia possibile rispettare la distanza di almeno un metro. Tuttavia, nella fascia oraria 18:00—6:00 le mascherine vanno sempre utilizzate anche all'aperto, negli spazi di pertinenza dei luoghi o locali aperti al pubblico. Infine, l'utilizzo degli ascensori dev'essere tale da consentire il rispetto della distanza interpersonale, pur con la mascherina, prevedendo eventuali deroghe in caso di componenti dello stesso nucleo familiare, conviventi e persone che occupano la stessa camera o lo stesso ambiente per il pernottamento, e per le persone che in base alle disposizioni vigenti non sono soggette al distanziamento interpersonale (quest'ultimo aspetto afferisce alla responsabilità individuale).

Quesito: La mascherina è obbligatoria anche per chi lavora in cucina?

Risposta:

Secondo le vigenti disposizioni il datore di lavoro deve assumere misure di sicurezza anti-contagio organizzando le attività e gli spazi di lavoro, garantendo una distanza di almeno un metro. Laddove non fosse possibile, è necessario indossare mascherine o installare barriere fisiche sulle postazioni di lavoro. In linea di massima va bene operare senza mascherina solo se ci lavorano familiari o conviventi, diversamente è obbligatorio l'uso.

Quesito: Un collega mi ha fatto venire un dubbio perché i Carabinieri forestali gli hanno contestato che essendo in zona arancione ospitava i clienti non residenti nel comune ... vi risulta che è responsabilità dell'albergatore verificare l'effettiva residenza?

Risposta:

Non è responsabilità dell'albergo verificare se i clienti possono spostarsi legittimamente. Anche in zona arancione o rossa si può entrare e uscire per motivi di necessità, salute o lavoro. I clienti dovranno dichiarare i motivi che legittimano lo spostamento ai Carabinieri, ma non agli albergatori che non sono ufficiali di polizia giudiziaria.



FEDERALBERGHI PROVINCIA
DEL VERLANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!

CONSULENZA STRATEGICA PER STRUTTURE RICETTIVE



Metodi e concezioni classiche non bastano più.

LVG Group è una società che svolge consulenza strategica per strutture ricettive in Italia e all'estero.



Tasso occupazione
medio annuo: **>85%**



Fatturato in
costante aumento: ▲



Strutture ricettive
soddisfatte: **100%**



Sede:

Corso Giuseppe Garibaldi 104,
20121 Milano

Tel:

+39 335.5425743



Email:

info@direzionelvg.com

Sito:

www.lvgmanagement.com

La nostra consulenza ha come obiettivo quello di massimizzare i ricavi attraverso lo studio della **migliore strategia di vendita** per la struttura; ottimizzando i costi, studiando le tariffe ottimali, le tipologie di camere da vendere e gestendo la struttura dei costi.

Per ottenere risultati soddisfacenti in un **mondo in evoluzione** continua servono skills innovative, connessioni interdisciplinari e sistemi informatici avanzati.

Esperienza e partnership mirate consentono a LVG Group di seguire in ogni parte del mondo i propri clienti in qualsiasi fase del ciclo di vita aziendale.

**COMMON THINGS
IN AN UNCOMMON WAY**

Non serve vendere l'albergo per ottenere la liquidità in esso cristallizzata

Molti albergatori oggi hanno un patrimonio, spesso di famiglia, completamente ammortizzato, con il fatturato tendente a zero e le spese che corrono. Per altri si pone la questione del passaggio generazionale, così il desiderio di vendere diventa imperativo, purtroppo nel momento peggiore per farlo. D'altro canto è dal 2008 che "denaro" per gli alberghi è poco, ed oggi ci troviamo con valutazioni del 20-30% inferiori a quelle di 12 anni fa.

C'è una soluzione a questo problema apparentemente irrisolvibile?

Come finanziare l'attività o nuovi investimenti grazie ad immobili che sorgono in Italia, che danno un reddito assai inferiore al potenziale che quel patrimonio darebbe se impiegato in nuove attività? E questo senza finanziarsi sui tradizionali canali bancari (per molte ovvie ragioni). Le soluzioni sono più d'una, e dipendono dallo specifico "caso". **Qui presento la più semplice, nel caso che l'hotel non sia gravato da ipoteche.** (Qualora invece vi siano debiti ed ipoteche, la soluzione è più complessa, ma non impossibile da strutturare).

Le società straniere in grado di accompagnare l'albergatore in questo processo, devono essere sempre affiancate da un avvocato e commercialista italiani di fiducia, che verifichino la rispondenza della soluzione proposta alle norme fiscali "arzigogolate" del nostro paese. Anche in questo caso bisogna affidarsi a studi con esperienza internazionale.

Uno strumento con cui noi italiani dovremo familiarizzare è quello della "securitisation", e il paese cui guardare è il Lussemburgo, paese dove oggi vi sono oltre 1000 società che offrono servizi di "securitisation" con svariate migliaia di comparti.

Quelle società (**Securitisation Company del Lussemburgo**) sono veicoli legali ed autorizzati che possono creare un comparto per ciascun singolo cliente o asset, e dematerializzare asset tangibili, attraverso l'emissione di certificati (Notes) che rappresentano l'ammontare e la proprietà del vostro asset.

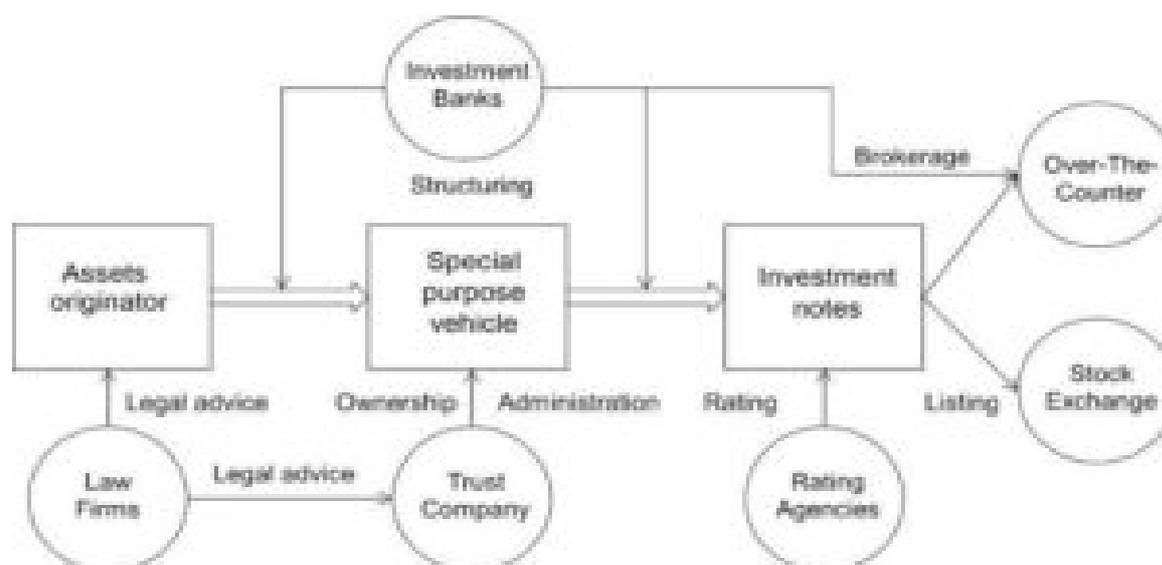
Si tratta di **una tecnica finanziaria sempre più diffusa** nel panorama economico finanziario **riservata a detentori di patrimoni** (spesso illiquidi) allo scopo di attingere risorse finanziarie aggiuntive. La sua diffusione come strumento per la raccolta di finanziamenti e come fonte alternativa di reddito è cresciuta notevolmente negli ultimi anni, tanto nel settore privato quanto in quello pubblico, divenendo una delle componenti principali del cosiddetto "sistema bancario ombra".

Tecnicamente è un processo attraverso il quale una o più attività finanziarie indivise ed illiquide, in grado di generare dei flussi di cassa, vengono "trasformate" in attività divise e vendibili.

Dopo la crisi del 2008-2009, sono stati numerosi i provvedimenti legislativi e regolamentari che hanno riguardato il settore finanziario, e la securitisation in particolare, che oggi viene nuovamente vista come un meccanismo utile per favorire il trasferimento dei rischi e per incrementare la capacità delle banche di liberare risorse ulteriori da destinare al finanziamento dell'economia, divenendo, di fatto, un "ponte" naturale tra il credito di origine bancaria e la finanza basata sul mercato.

Il Lussemburgo ha dedicato molta attenzione (e leggi mirate) al tema, a partire dalla legge sulla Securitization del 22.04.2004. Si consideri che nel 2018 il totale del valore dei veicoli di Securitization era di oltre 44 miliardi di Euro, con un incremento di ben € 2,1 miliardi rispetto all'anno precedente.

I due vantaggi principali del Securitization Vehicle lussemburghese – anche confrontandolo con altri veicoli – sono l'estrema flessibilità, soprattutto a riguardo la forma del veicolo utilizzato, e le tipologie di asset che si possono utilizzare, oltre alla sua neutralità fiscale (su questo in Lussemburgo sono sempre molto attenti: costi fiscali e tasse minimali e nessuna IVA sul management fee da parte della società di gestione).



Così chi avesse già un patrimonio immobiliare (alberghiero) che produce un reddito costante – per quanto limitato, a fronte di un immobilizzazione significativa – può utilizzarlo per fare nuovi investimenti, sia mobiliari che immobiliari. Si tratta di una delle possibilità che strumenti finanziari mettono a disposizione degli investitori che vogliono far crescere la propria attività e sviluppare la propria azienda. Il mondo alberghiero italiano potrebbe ricavarne molti vantaggi, per uno sviluppo in patria ma anche all'estero. Operatori qualificati sono in grado di strutturare un comparto dedicato e completamente segregato, per gli asset, siano essi liquidi o illiquidi, di un singolo soggetto.

Il massimo vantaggio lo si trova operando la “securitization” di asset trasferiti ad un trust, sommando vantaggi fiscali e finanziari, e ovviamente investendo la liquidità ricavata in attività a rendimento superiore alle medie di mercato.

COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



SERVIZIO DI CONSULENZA LEGALE

Federalberghi Provincia V.C.O. ha il piacere di presentare, a completamento dei servizi offerti all'interno dei propri uffici, i nuovi servizi di **CONSULENZA GRATUITA** messi a disposizione delle aziende iscritte, in materia di:

Diritto civile

Contrattualistica nazionale e internazionale

Diritto commerciale e societario

Controversie di lavoro

Recupero del credito

Esecuzioni mobiliari e immobiliari

Procedure concorsuali

Infortunistica stradale

Diritto di famiglia

Amministrazione di sostegno

Diritto delle successioni

Locazioni e condominio

Privacy e protezione dei dati personali (GDPR)

Azione civile nel processo penale

Su appuntamento
l'Avv. Giovanni Garippa
sarà lieto di accogliervi
in sede Federalberghi
per una consulenza gratuita

Gli appuntamenti si
terranno
in Via G. Canna n. 9
A Verbania Intra

Riferimenti Telefonici:

Tel.: 0323-40.3300

Fax: 0323-40.37.33

Mail:

info@federhotels.it



Gritti Energia S.r.l.
Via Nazionale 36
37036 San Martino B.A. (VR)

Codice Fiscale e n° iscr. R.I. Verona 00691570154 R.E.A. 282566
P.IVA 12039890152 - Capitale Sociale € 500.000,00 i.v.
Società soggetta a coordinamento di Brimco S.r.l.

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



Alla cortese attenzione di tutti gli
Associati FEDERALBERGHI VCO

Siamo lieti comunicarvi di aver arricchito il ventaglio delle convenzioni a disposizione degli associati. La nostra Associazione ha infatti sottoscritto con la Società Gritti Energia s.r.l. un accordo per garantire offerte dedicate per la fornitura di energia elettrica e gas destinate alle vostre attività e alle vostre case, **estensibili ai vs. dipendenti**.

Gritti Energia è una società che da 60 anni opera nel mercato del gas naturale e dell'energia elettrica. Fondata nel 1959 dal Conte Umberto Gritti di Val Seriana, ha oggi all'attivo più di 100.000 punti di fornitura, 15 punti vendita e un call center dedicato a soddisfare tempestivamente le esigenze dei clienti.

In questo particolare periodo storico, caratterizzato da un'inaspettata emergenza sanitaria e da evidenti difficoltà economiche, vogliamo essere portatori di soluzioni efficaci e proattive. **È stata ampiamente diffusa dai media la notizia che il prezzo del petrolio è drasticamente crollato, comportando una marcata riduzione anche del prezzo dell'energia elettrica e del gas.**

Questo rende la scelta di sottoscrivere tempestivamente una nuova fornitura di queste utenze particolarmente vantaggiosa, in particolare se si opta per un'offerta con prezzo bloccato. Federalberghi VCO invita gli associati - come da messaggio accompagnatorio alla mail - a mettersi in contatto con la nostra consulente Maria Paola Mathieu per verificare la propria situazione e le proprie opportunità - contattabile ai seguenti recapiti:

- ♦ cellulare 335 5970784
- ♦ email m.mathieu@alma.it / mariapaolamathieu@gmail.com

Inoltre, vista l'eccezionalità della situazione e l'impatto che sta avendo sul settore turistico, Gritti Energia si rende disponibile a valutare:

- ✓ rinvio della scadenza di pagamento delle bollette
- ✓ rateizzazione delle stesse

per tutti i clienti che stiano vivendo un momento di oggettiva difficoltà economica.

Cordiali saluti.

RICOH
imagine. change.

L'Ufficio Interconnesso

*Vuoi poter lavorare in modo più
semplice e veloce?*

*Vuoi digitalizzare i processi
documentali?*

*Vuoi rendere le tue riunioni più
spettacolari?*



LA SOLUZIONE RICOH

Collegando tra loro dispositivi
multifunzione e lavagne interattive Ricoh
puoi farlo!



SCOPRI L'OFFERTA A TE DEDICATA

PUNTI DI FORZA

- Invia, ricevi e collabora anche dal tuo smartphone
- Condivisione e collaborazione in progetti e idee anche senza necessità di un computer
- Tanti dispositivi, un unico ecosistema interconnesso
- Un mondo di APP a tua disposizione

Agenzia Ricoh di Novara
Telefono: 0321.465777
Mail: agenzia.novara@ricoh.it

RICOH
imagine. change.

FERALBERGHI VCO ED AUXOLOGICO

Federalberghi VCO e Auxologico hanno sottoscritto un accordo di convenzione dedicato che permette a tutti gli iscritti, ai relativi familiari e ai dipendenti in forza della struttura associata, che accedono privatamente al presidio di Villa Caramora a Verbania Intra, particolari sconti:

SERVIZI OFFERTI:

- **Convenzione Indiretta:** convenzione che consente di usufruire di una scontistica di favore rispetto al Listino Privato dell'Auxologico in vigore ed indicativamente:
 - fino al 10% sulle visite specialistiche
 - fino al 20% sulla diagnostica per immagini e su prestazioni strumentali;
 - fino al 30% sugli esami di laboratorio

Alcune rare prestazioni potrebbero non essere scontabili.
- **Medicina del Lavoro:** prezzi di favore da concordare in funzione del servizio richiesto da predisporre di volta in volta sulla base delle esigenze degli iscritti a Federalberghi VCO;
- Prevenzione e Check-up: sconto fino al 10% sui pacchetti di prevenzione e/o eventuali Check-up da concordare.

COME USUFRUIRE DELLA CONVENZIONE:

- Fare riferimento alla convenzione FEDERALBERGHI VCO in fase di prenotazione tramite i nostri contact points: CUP, Sito web (flag su apposita opzione o in campo note), Sportelli.
- Medicina del Lavoro e Check-up : convenzioni-mi@auxologico.it

CONTATTI:

- Prenotazioni Sedi Piemontesi : 0323-514.600
- Sito: www.auxologico.it

DOVE SIAMO

- Corso Mameli 199 - Verbania

COME ARRIVARE

- Ferrovie dello Stato, linea Milano - Domodossola: Stazione di Verbania;
- Ferrovie Nord Milano, linea Milano-Laveno-Intra. A Laveno, in coincidenza con il treno, vi è il traghetto per Intra;
- Auto: Autostrada A 26, direzione Gravellona Toce. All'uscita Stresa-Baveno, proseguire fino a Intra.



Hobex

II PARTNER PERFETTO.



Hobex è un Istituto di pagamento austriaco presente nel mercato da oltre 20 anni. Nel settore turistico del Trentino Alto Adige e in tante altre Regioni d'Italia ci siamo affermati come leader di mercato grazie alla nostra attenzione per la qualità e alle ottime condizioni commerciali, oltre al conveniente rapporto costo-servizio che offriamo. Nell'Italia Settentrionale, oltre 20.000 imprese nel settore alberghiero, ristorazione e commercio utilizzano i nostri affidabili servizi e godono dei vantaggi da noi offerti:

- » Assistenza pos in regione, personalizzata e competente
- » Sede a Bolzano dal 2012
- » Commissioni riservate per clientela ExtraEU (tramite servizio multivaluta)
- » Banca di appoggio invariata
- » Commissioni **0,69%** Credit card e **0,45%** Debit card (Maestro/VPay)
- » Terminali pos di ultima generazione (contactless e Apple Pay)

Offrite anche voi ai vostri clienti il miglior servizio e la maggiore comodità di pagamento, senza contanti.



Vi offriamo tutte le condizioni preliminari di attivazione del servizio e molto di più:

- » Allacciamenti individuali delle linee di comunicazione (GPRS, Internet)
- » Semplificato sistema di controllo delle vendite con APP **hobex** PartnerNet per Smartphone e Tablet
- » Opzione: vantaggioso sistema di addebito in conto per i clienti tedeschi ed austriaci.

VANTAGGI PER VOI

- » Consulenza personalizzata, nella vostra regione
- » Efficace servizio di assistenza clienti
- » Sicurezza contro furto e assistenza frodi
- » Maggiore rapidità di transazione
- » Garanzia di pagamento
- » Sistema di pagamento Payments link
- » Commissione specifica su Maestro/VPay, nuovo bancomat italiano ed europeo

INFORMATEVI SUBITO !

Responsabile di zona Soldi Natalj
Cellulare 393 0551646
www.hobex.it

PAGARE **SENZA** **CONTANTI** CON FACILITÀ.

hobex
PAYMENT SYSTEMS



COMPETENTE DAL 1991

hobex è il vostro fornitore di servizi completi nel mercato dei sistemi di pagamento senza contante.

www.hobex.it

Natalj Soldi
Responsabile Commerciale
Mobil: 393 0551646
n.soldi-hobex@jumana.it



FEDERALBERGHI PROVINCIA
DEL VERRIANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!



Elevare, secondo natura.



L'ambiente è un bene di tutti, e va custodito e difeso nell'interesse nostro e dei nostri figli. Da sempre AMCA implementa costantemente i propri processi aziendali e si impegna quotidianamente per la riduzione dell'impatto ambientale delle proprie realizzazioni.

Azienda certificata secondo gli standard ISO 14001 di gestione ambientale.

AMCA Elevatori S.r.l.

via Ca' Bassa, 31 - 21100 VARESE - Tel.: 0332 333 122
via Luigi Riva, 10- 21013 GALLARATE - Tel.: 0331 783 577
www.amcaelevatori.com



Via Toscana 1, 00187 Roma

tel. 06.42034670

fax: 06.42034675

www.fondofast.it

info@fondofast.it



Novità 2018

FONDO FAST



PRESTAZIONI RIBORSATE DIRETTAMENTE DA FAST

- **Ticket sanitari**

- **Pacchetto Maternità**

(La disponibilità di copertura è di massimo 1000 EURO ad evento)

Per queste prestazioni con data fattura a partire dal 1° gennaio 2018 provvederà direttamente il Fondo Fast a rimborsarle. Quelle con data fino al 31 dicembre 2017 verranno rimborsate da UniSalute.

Dal 1° gennaio 2018 UniSalute continuerà a gestire direttamente le seguenti prestazioni:

- ricovero per grande intervento
- prestazioni di diagnostica e terapia
- visite specialistiche
- protesi/ausili medici ortopedici
- trattamenti fisioterapici riabilitativi
- prestazioni di implantologia
- avulsione
- prestazioni odontoiatriche particolari (prevenzione)
- prestazioni diagnostiche particolari (prevenzione)
- sindrome metabolica

Per tutti i dettagli sulle prestazioni previste dal Fondo e su come usufruirne, consulta il sito www.fondofast.it o scrivi a prestazioni@fondofast.it

AREA RISERVATA DIPENDENTI



Da gennaio 2018, l'iscritto/a Fondo Fast avrà una propria area RISERVATA su www.fondofast.it, semplice ed intuitiva e sempre aggiornata.

Registrati sul sito e accedi alla tua area personale, con pochi passaggi semplici e veloci potrai:

- Richiedere rimborsi più velocemente
- Essere sempre aggiornato sullo stato della tua pratica e massimali
- Verificare lo stato della tua copertura
- Verificare e aggiornare i tuoi dati e le tue coordinate bancarie
- Visualizzare le strutture convenzionate
- Conoscere in tempo reale tutte le novità del fondo

CONSENSO DATI PERSONALI



Per tutte le richieste di rimborso è necessario compilare il consenso al trattamento dei dati personali, in assenza del quale la richiesta non verrà presa in considerazione.

Per le richieste di rimborso online, attraverso l'area riservata del sito, il consenso al trattamento dei dati personali verrà compilato direttamente al momento della registrazione.



Relax provider

Semplificare la vita degli albergatori è il nostro mestiere.
Così per te tutto diventa più facile e veloce.

DOCUMENTO COMMERCIALE
di vendita o prestazione

DESCRIZIONE	IVA	Prezzo (€)
Doppia Panoramica	10%	100,00
Garage		10,00
Frigo		10,00
Bar		10,00
Impianto	NS*	10,00
TOTALE COMPLESSIVO		140,00
DI CUI IVA		11,82
Pagamento contante		0,00
Pagamento elettronico		140,00
Non riscosso		0,00
Resto		0,00
Importo pagato		140,00

*NS = Non Soggetta

Mario Rossi
Via Delle Vie 123
20100 Milano

01/2019/01
DOCUMENTO N° 20-0010
C.F. Cliente RSSN 0110000011

hotelcinquestelle.cloud

PRENDI E... RADDOPPIA!!!

Passa a 5Stelle* entro il 30.06.2020 e raddoppi il bonus fiscale per l'acquisto della stampante RT.

info@hotelcinquestelle.cloud

***5stelle**
stress removing pms



FEDERALBERGH PROVINCIA
DEL VERCELLINO CURSO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!



Per stare al passo con stile
riducendo costi e tempi di riqualificazione
ecosostenibile
tecnologicamente avanzato
senza uso di VERNICI e SOLVENTI
senza SMALTIMENTO di RIFIUTI TOSSICI
e PERICOLOSI



"... da una FOTOGRAFIA un DISEGNO una IDEA
REALIZZI il tuo PROGETTO..."

Tack System S.r.l.

Via XXV Aprile 50/D - 20040 Cambiago (MI)

Ufficio Commerciale

e-mail: danielega.lassi@tacksystem.it

fixso: +39.02.95069027

mobile: +39.331.6542260

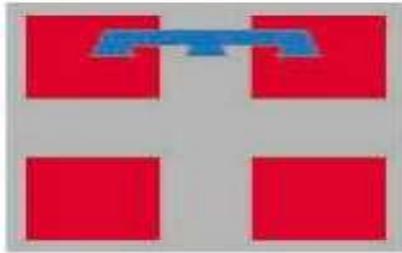


AZIENDA CERTIFICATA ISO 9001:2008



www.interiordesignfilms.it

www.tacksystem.it



REGIONE PIEMONTE

Presentato salutepiemonte.it, il portale con il quale è possibile consultare, stampare e archiviare i referti medici, senza recarsi allo sportello

È stato presentato in videoconferenza il nuovo portale www.salutepiemonte.it, attraverso il quale è possibile consultare, stampare e archiviare i referti medici, senza recarsi allo sportello; scegliere o cambiare il proprio medico di famiglia, visualizzare e modificare gli appuntamenti per le vaccinazioni anche dei figli; pagare il ticket; vedere e stampare le ricette per farmaci, visite ed esami; autocertificare il diritto all'esenzione per reddito e altre operazioni come l'attivazione del fascicolo sanitario elettronico.

Sarà possibile utilizzare i servizi digitali della sanità piemontese accedendo sempre e ovunque a tutti i servizi da pc, tablet e smartphone. Basterà collegarsi al sito e inserire le proprie credenziali SPID, il Sistema Pubblico di Identità Digitale che permette di accedere a tutti i servizi on line della pubblica amministrazione con un'unica identità digitale (username e password).



L' Ospitalità al Vs. servizio!

Via G. Canna n. 9
28921 Verbania Intra
(VB)
C.F.: 93032870037
Tel: 0323 403300
Fax: 0323 403733
@mail:
info@federhotels.it

Portale web
www.federhotels.it

Si è costituita il 27 aprile 2011, dalla scissione dell'Associazione Interprovinciale, la neo **Federalberghi Provinciale del Verbanio Cusio Ossola**, l'organizzazione rappresentativa delle imprese turistico-ricettive che operano sul territorio provinciale. Possono assumere la qualità di "Associato" le imprese alberghiere, qualunque sia il livello e la categoria a cui appartengono, nonché le imprese ricettive extralberghiere che, per attrezzature o strutture, agiscono in un'ottica di problematiche strettamente affini a quelle delle aziende alberghiere e contribuiscano a tutti gli effetti alla composizione dell'offerta turistico-ricettiva nella Provincia del V.C.O. L'Associazione aderisce a **Federalberghi** e all'Unione Regionale delle Associazioni Piemontesi Albergatori (**Federalberghi Piemonte**).

“ Le acque di torrenti diversi
nel lago diventano
una cosa sola.”



APP / WEB & TECH

App IO, da febbraio 2021 accesso ai servizi pubblici con smartphone obbligatorio

L'obiettivo è contribuire a **semplificare i rapporti tra cittadini e Pubblica amministrazione**. IO ha preso il via nella **primavera 2019 in versione closed-beta**, con oltre un migliaio di cittadini in diversi territori. L'obiettivo della prima fase era stato raccogliere i feedback dei beta tester durante l'utilizzo dell'app con un primo set di funzionalità e servizi reali, così da risolvere eventuali bug, ottimizzare l'uso dell'applicazione e rendere IO sempre più "a misura di cittadino" in vista del primo "rilascio" pubblico. Il **decreto-legge 16 luglio 2020, n. 76, recante misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitale**, ha stabilito che l'app IO sarà il canale per accedere da smartphone a tutti i servizi pubblici resi in digitale.

E, novità importantissima, il decreto introduce per i vari rami della Pubblica amministrazione l'**obbligo di rendere fruibili i propri servizi in rete tramite l'applicazione IO**. Le strutture pubbliche sono tenute ad avviare progetti di trasformazione digitale entro il 28 febbraio 2021. L'applicazione IO, attraverso un apposito servizio, consentirà ai cittadini di effettuare autocertificazioni o di presentare istanze e dichiarazioni utilizzando il proprio telefono cellulare. Con IO **si potranno effettuare i pagamenti alla Pubblica Amministrazione attraverso la piattaforma [PagoPa](https://www.pagopa.it)**, integrata nell'app.

Fino ad oggi, i cittadini che per evitare le file agli sportelli decidevano di utilizzare i servizi online, dovevano districarsi tra le diverse piattaforme digitali dei vari enti. Con IO, le amministrazioni mettono finalmente a disposizione degli utenti, tramite un'unica app, i servizi resi in digitale. In questo modo consentono di gestire operazioni o effettuare pratiche in modo rapido, puntuale e sicuro, comodamente dal proprio smartphone.

FONTE / quifinanza.it