



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni
Italiane Alberghi e Turismo



Volume 17, Numero 03

MARZO 2025

FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
CREATIVITA' ITALIANA E IA	PAG 6 e 7
NUOVE IDEE NEL TURISMO - START UP	PAG 9
INTELLIGENZA ARTIFICIALE E FUTURO DEL LAVORO	PAG 10 e 11
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 12 PAG 25
Da PAG 3 a PAG 5	
AZIENDE PARTNERS	PAG 8 Da PAG 13 a PAG 15 PAG 17 PAG 24
TRIBUNA APERTA	PAG 16
IL RITORNO DEI VIAGGI D' AFFARI	PAG 18
IL NUOVO VOLTO DEL TURISTA CINESE	PAG 19
HOSPITALITY SU MISURA	PAG 20
ENIT: IL TURISMO VALE IL 10,8% DEL PIL ITALIANO	PAG 21
WEDDING TOURISM	PAG 22
GERMANIA CRESCE IL TURISMO DI INCOMING	PAG 23
VISITPIEMONTE	PAG 26
APP & DINTORNI	PAG 27

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

OVERVIEW

Italiani: due su tre pronti a ripartire. I dati Compass

L'Osservatorio Compass dedicato alle previsioni per le vacanze 2025 lo certifica: gli italiani **non rinunceranno a viaggiare** nemmeno quest'anno, anzi: **due su tre, pari al 65% del campione** intervistato, **hanno già deciso che viaggeranno** nei prossimi mesi, possibilmente **cambiando destinazione**: il 47%, infatti, dichiara di variare meta di viaggio ogni anno.

Il **mare** resta la meta più ambita a tutte le età: il 48% della popolazione ha infatti in programma di visitare una località marittima la prossima estate. Nella top 4 delle preferenze degli italiani seguono il **viaggio itinerante** (16%), la **montagna** (12%) e le **città d'arte** (7%), queste ultime particolarmente apprezzate dai più giovani. I tour dedicati all'arte sono comunque sempre molto attrattivi, dal momento che il **71%** degli intervistati ha intenzione di intraprendere, nei prossimi mesi, un **viaggio all'insegna della cultura**. Quanto alla durata del soggiorno, la metà di chi viaggia trascorrerà una settimana fuori casa.

Le modalità di prenotazione e il budget: Sono tuttavia ancora poche le prenotazioni anticipate: a gennaio 2025, infatti, solo 1 persona su 10 ha già prenotato, mentre la maggior parte degli italiani lo farà nei prossimi mesi (74%). I giovani della Gen Z prenoteranno a ridosso (19%), o non prenoteranno affatto (8%). Per quanto riguarda le modalità, circa il 65% delle persone sfrutterà i canali online.

Il budget medio stimato per una vacanza di almeno 3-4 notti sarà circa di **1.130 euro a persona**, cifra che tocca i 1.600 euro per soggiorni che superano le 8 notti e che sale a quasi 1.900 nei viaggi extraeuropei. Rispetto al 2024 quasi 1 viaggiatore su 3 prevede di spendere di più per gli spostamenti verso la destinazione e per l'alloggio, anche se complessivamente quasi la metà del campione manterrà lo stesso budget.

Continua infine a conquistare nuove porzioni di clientela la formula del **Buy Now Pay Later**, ritenuta interessante dal 26% degli intervistati. Il Bnpl raccoglie particolare apprezzamento tra chi organizza con anticipo le proprie vacanze: il 43% di chi ha già prenotato lo ha infatti preso in considerazione, soprattutto nel caso di transazioni per importi elevati, come per i pacchetti esperienziali e all-inclusive. La crescita d'interesse per il pagamento dilazionato è dimostrata, spiega **Luigi Pace**, direttore centrale marketing e financial partnership di Compass, "anche dalle testimonianze dei merchant che hanno già scelto **HeyLight**, la nostra piattaforma internazionale di Bnpl, che riportano un aumento delle vendite e un consistente aumento del ticket medio".

FONTE TTT ITALIA



L'Ospitalità al Vs. servizio !

Molto di più per il tuo Hotel: incassi senza pensieri con l'offerta dedicata di **XPay Hotel**.

XPay Hotel ti aiuta a gestire
le prenotazioni e a massimizzare
le garanzie di incasso anche in caso
di disdetta. Oggi a condizioni dedicate
per gli **Associati Federalberghi**.

0,88%

Commissioni Carte
Consumer Europe*

1,89%

Commissioni Carte
Business Europe*

0,10€

Costo
per transazione

*Merchant fee variabile è in riferimento alle transazioni consumer europee.



Inquadra il QR Code

Inserisci il **codice promozionale NEXI4TOURISM**
durante il processo di convenzionamento digitale.



nexi
every day, every pay

Message pubblicitario con finalità promozionali. Per info e condizioni vai su nexi.it/xpay/hotel

aurea servizi

NEWS

La nostra esperienza di oltre 65 anni ci consente di adattarci alle esigenze specifiche di ogni cliente, offrendo soluzioni su misura grazie alle realtà del nostro gruppo, che comprende: Aurea Servizi, Aurea Cooperativa, Aurea Lavori, Aurea Immobiliare, Aurea Noleggi e Aurea Servizi Espana.

Nuova **partnership** con FEDERALBERGHI VCO che include la collaborazione di **Aurea Servizi** e **Aurea Lavori**, con una **scontistica esclusiva del 7.5%** riservata ai soci.

Aurea Servizi:

- **Pulizie:** Servizi di pulizia professionale certificati Ecolabel per tutte le strutture dei vostri alberghi.
- **Portierato:** Servizi di reception e gestione accessi per migliorare la sicurezza e l'accoglienza.
- **Vigilanza:** Sicurezza professionale per proteggere persone e proprietà.
- **Facchinaggio:** Servizi di movimentazione merci e supporto logistico.
- **Logistica:** Soluzioni di gestione e ottimizzazione della catena di fornitura.
- **Pest Control:** Servizi di disinfestazione e controllo dei parassiti.
- **Manutenzione Verde:** Cura e manutenzione di spazi verdi e giardini.

Aurea Lavori:

- **Ristrutturazioni:** Interventi di ristrutturazione e ammodernamento di ambienti.
- **Impiantistica e Manutenzioni:** Installazione e manutenzione di impianti.
- **Creazioni Spazi:** Progettazione e realizzazione di spazi interni ed esterni su misura.
- **Piscine:** Costruzione e manutenzione di piscine private e pubbliche.
- **Fornitura Arredi:** Soluzioni di arredo per interni ed esterni, personalizzabili.

Vantaggi della Partnership:

Collaborando con noi, beneficerete di:

- **Scontistica del 7.5%** su tutti i servizi offerti.
- Un team di **professionisti dedicati** a soddisfare le vostre specifiche esigenze.
- **Servizi personalizzati** e di **alta qualità**, garantiti dalla nostra esperienza nel settore.

<https://www.aureaservizisrl.it/>



CAMBIA PROSPETTIVA

5stelle* è il gestionale alberghiero cloud che facilita in modo decisivo la conduzione di tutte le attività della tua struttura ricettiva, liberando il tuo tempo e moltiplicando le tue potenzialità. Cambia prospettiva, assapora tutta la libertà di gestire il tuo hotel dove, come e quando vuoi.

www.hotelcinquestelle.cloud

Creatività italiana e IA L'equilibrio per crescere

“Dobbiamo aspettarci un grande anno per il turismo italiano. Fra Giubileo, Special Olympics Winter Games e il WTTC Global Summit si prevedono flussi ingenti verso il Paese. **L'Italia si farà trovare pronta**, e sicuramente le tecnologie digitali agevoleranno l'accoglienza e la gestione. Ma non è tutto qui: le nuove tecnologie, come l'IA, possono anche aiutarci a personalizzare l'esperienza dei visitatori e migliorare i feedback positivi. Andando così incontro a una domanda sempre più esigente e segmentata”.

Daniela Santanché è ottimista sul futuro del turismo italiano, e spalanca le porte alla possibilità che le nuove tecnologie posso offrire all'Italia per migliorare l'efficienza, la resilienza e la competitività dell'industria turistica.

In **un'intervista rilasciata a TTG Italia**, il Ministro fa il punto su quanto il futuro riserverà al comparto e su come il suo Ministero si sta muovendo per sfruttare il più possibile le novità tecnologiche per rispondere ai turisti e alle imprese.

Partiamo dal tema sulla bocca di tutti: l'intelligenza artificiale. Ha dichiarato più volte che bisogna vedere l'IA come un'opportunità. In che misura, secondo lei, può essere di aiuto al settore? Su cosa bisognerà lavorare in particolare?

Implementare l'IA nel turismo, mettendolo a sistema, significa – per esempio – apportare un deciso miglioramento delle prenotazioni e della gestione dei visitatori, potenziare le attività di analisi dei dati, supportare la destagionalizzazione delle destinazioni turistiche e arricchire l'esperienza turistica in termini di personalizzazione, sicurezza e salute. In Italia, l'IA è un mercato che vale oltre 674 milioni di euro, con una crescita stimata del +35% nel 2024 e una previsione che sfiora i 2 miliardi nel 2027. La chiave, quindi, è continuare a investire in maniera strategica per una integrazione di questa tecnologia, potenzialmente utilissima, per un turismo italiano sempre più sostenibile, intelligente e performante.

Si pone un tema di competenze e le PMI della filiera turistica necessitano di supporto alla digitalizzazione e formazione adeguata. Come si sta muovendo il MiTur?

Di recente, abbiamo pubblicato due bandi dal valore complessivo di quasi 13 milioni di euro: il primo per il finanziamento di progetti di formazione professionale altamente qualificante nell'ambito del settore turistico e il secondo per il finanziamento di progetti di alta formazione e di eccellenza. Vogliamo, così, accrescere le competenze e le specializzazioni degli operatori e dei professionisti del settore. Puntare sulla formazione è essenziale, e questo è un requisito fondamentale per attrarre ancora più visitatori, ma anche per fidelizzarli, per convincerli a tornare altre volte in Italia.

Teme che le nuove tecnologie possano avere ricadute negative sull'occupazione? E in quel caso come interverrebbe il suo dicastero?

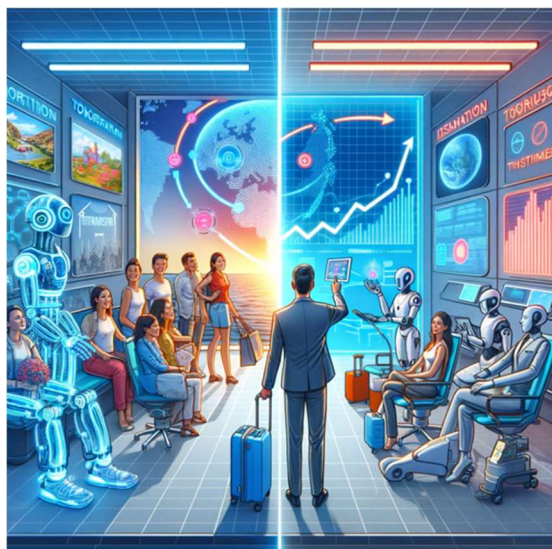
Non se ci si appropria allo sviluppo tecnologico con l'idea che esso sia un supporto, un sostegno, uno strumento al servizio dell'uomo. Occorre evitare possibili derive sostitutive e pensare all'adozione dell'IA in termini di integrazione uomo-macchina. In ogni caso, il dicastero ha sempre dimostrato, in questi anni, di essere presente, al fianco degli operatori e delle famiglie. E continueremo a esserci.

L'innovazione passa anche dalle idee e dallo spirito imprenditoriale. Lei cosa suggerirebbe al settore? E su cosa bisognerebbe lavorare?

Torniamo al punto già toccato prima: la tecnologia non deve escludere la componente umana, e viceversa. I due fattori – umano e artificiale – devono combinarsi. Se ben integrata, la tecnologia non può far altro che amplificare la portata del genio tipicamente italiano, capace di una creatività unica al mondo. Poi è ovvio che, se uno strumento lo si adopera senza un'idea, senza lo spirito imprenditoriale, rimane fine a sé stesso. Tutto sta, appunto, nel saper combinare i due elementi in un sistema sinergico.

Un esempio spesso virtuoso per innovare l'offerta sono le giovani startup. Il MiTur supporta il comparto con l'acceleratore Argo. Ci può dire di più sul progetto?

Proprio a gennaio, abbiamo lanciato la terza call per startup di Argo, il nostro acceleratore per le giovani realtà del turismo, utile a dare slancio alle nuove imprese del settore turistico. Ma è un progetto che va anche a impattare in termini di collaborazione tra queste startup e i business più tradizionali del comparto, innescando meccanismi virtuosi a sostegno della competitività. Fin qui, Argo ha accelerato 17 startup, che hanno raccolto quasi 4 milioni di euro, attivando oltre 30 progetti di collaborazione industriale. E nel prossimo futuro, intraprenderemo sicuramente altre iniziative a sostegno dell'imprenditoria giovanile, che rappresentano già oggi il turismo del domani.



FONTE TTG ITALIA

Convenzione Federalberghi per l'acquisto di un Defibrillatore Philips

PHILIPS HEARTSTART FRx CON TECA IREDEEM

La teca Iredeem permette di segnalare in modo chiaro il posizionamento del defibrillatore, rendendolo facilmente identificabile anche a distanza e permettendo il rapido accesso in caso di necessità

Pannello grafico informativo con istruzioni per il rapido uso del defibrillatore e simbolo DAE

Teca murale in robusto ABS con chiusura magnetica e allarme sonoro

Defibrillatore Philips FRx sempre pronto per l'uso con istruzioni vocali che guidano passo per passo il soccorritore



ANCHE USO
PEDIATRICO



GARANZIA 8 ANNI
DEFIBRILLATORE



COLLAUDO
E ATTIVAZIONE
DEFIBRILLATORE
NELLA VOSTRA SEDE



~~2.382~~ Euro
PREZZO DI LISTINO

990 Euro

PREZZO RISERVATO CONVENZIONE
IVA ESCLUSA

Comprende:



DEFIBRILLATORE
PHILIPS FRx



BORSA
DEFIBRILLATORE



BATTERIA
LUNGA DURATA



CARTUCCIA
ELETTRODI



CHIAVE
PEDIATRICA



TECA MURALE
IREDEEM



COLLAUDO
E ATTIVAZIONE
DEFIBRILLATORE



GARANZIA 8 ANNI
DEFIBRILLATORE

- Garanzia DAE 8 anni on center
- Servizio di collaudo e attivazione del defibrillatore presso la vostra sede incluso

- Spiegazione di funzionamento del defibrillatore da parte di tecnico specializzato incluso

Nuove idee nel turismo

Le proposte delle startup

Il saldo delle nuove idee in Italia, nel mondo travel, mostra un Paese che procede a ritmo un po' lento. Così lo racconta **Giulia Trombin**, presidente dell'associazione **Startup Turismo**: "Idee ce ne sono, ma il mercato è stabile - spiega Trombin -. Non c'è molto ricambio rispetto ad altri Paesi, come la Spagna, che è la nazione dove c'è più fermento. Nel turismo, in particolare, sembra non ci sia voglia da parte delle aziende tradizionali di dialogare con il nostro mondo. Un rapporto che porterebbe al lancio di moltissime novità e che porterebbe soluzioni innovative alle imprese".

L'universo startup si sta concentrando sull'utilizzo dell'**Intelligenza artificiale**, che è l'araba fenice delle aziende del turismo: c'è, ma nessuno la usa concretamente e sfruttandone tutte le potenzialità, perché mancano competenze e serve ancora molta ricerca.

Altro filone è quello delle **esperienze**. "Oggi il lavoro si orienta soprattutto sull'attenzione al mondo delle differenze, su nicchie verticali di bisogni, alle quali le nostre aziende rispondono in modo per personalizzato" conclude Trombin.

TTG ha voluto raccontare alcune delle **proposte più suggestive** e interessanti.

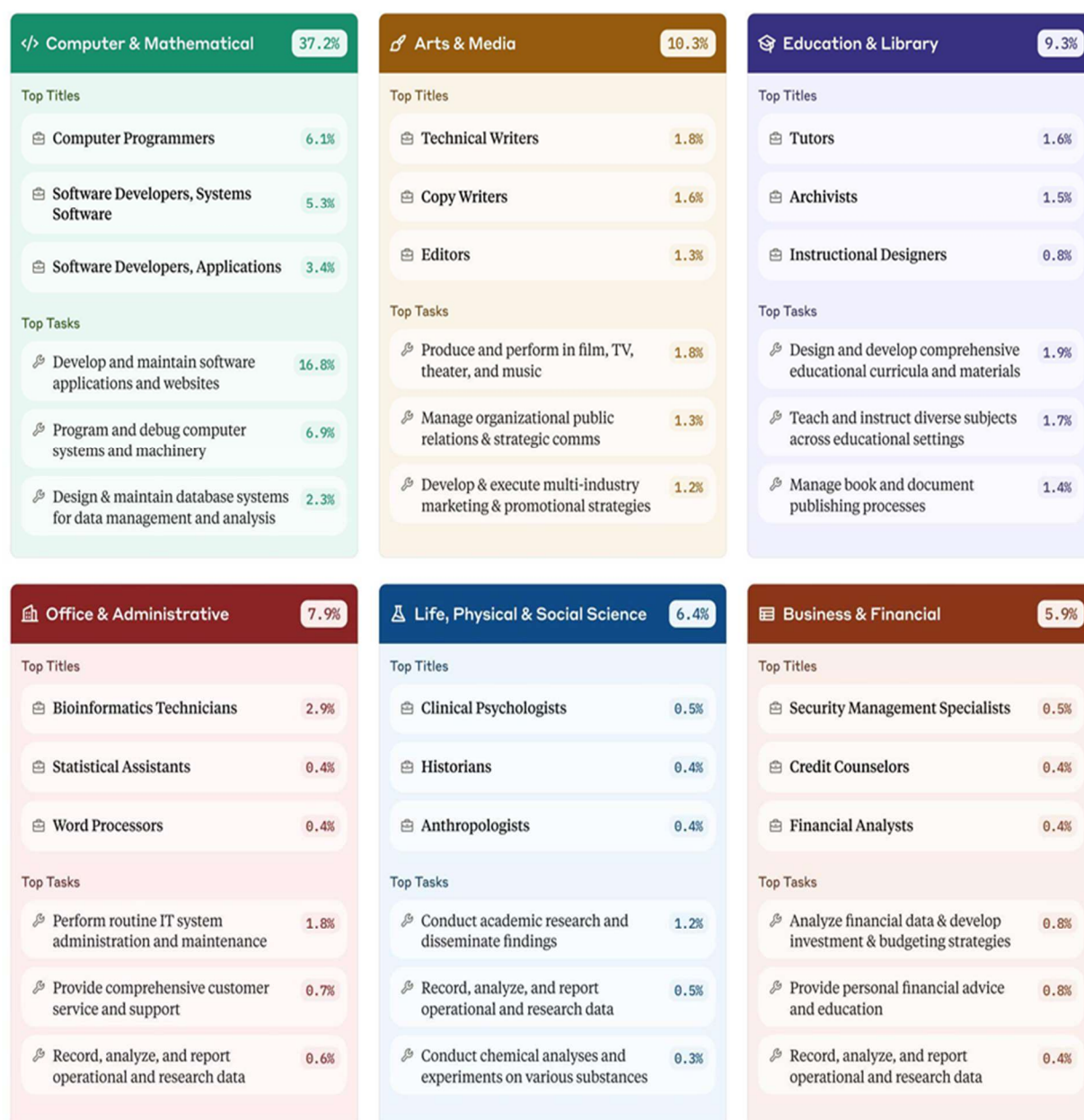
Si va da **Hotiday**, il primo hotel decentralizzato al mondo a **Tribyou Your Places**, un tour operator digitale che nasce con l'idea di aiutare i borghi italiani ad avere non solo turisti, ma cittadini temporanei. E ancora **SenseCatch**, che si dedica all'analisi e la misurazione delle emozioni e dei comportamenti attraverso strumenti tecnologici e metodologie di neuroscienza e **Mycia**, pmi innovativa che permetta a chi ha disturbi alimentari, allergie o anche solo preferenze di crearsi una carta d'identità alimentare con cui viaggiare in serenità.



STARTUP TURISMO

L'Intelligenza artificiale e il futuro del lavoro: ecco il nuovo studio di Anthropic

L'impatto dell'intelligenza artificiale sul mondo del lavoro è uno dei temi più dibattuti degli ultimi anni. Molte teorie anelano prospettive catastrofiste, altre sono molto più caute. Tra queste spicca la previsione del World Economic Forum, secondo cui entro il 2025 l'Ai potrebbe trasformare il 65% dei lavori esistenti, con circa 300 milioni di posti di lavoro che potrebbero essere interessati dall'automazione basata sull'Ai, secondo stime di Goldman Sachs. In questo contesto di rapida evoluzione e previsioni spesso contrastanti, un nuovo importante studio condotto da Anthropic, l'azienda americana che ha sviluppato Claude, attraverso l'Anthropic Economic Index, fornisce finalmente dati concreti su come l'Ai stia realmente influenzando le diverse professioni.



L'approccio innovativo della ricerca

La metodologia utilizzata da Anthropic è particolarmente innovativa: invece di basarsi su sondaggi o previsioni, lo studio analizza milioni di conversazioni anonime sulla piattaforma Claude.ai. Questo approccio permette di osservare l'utilizzo reale dell'AI nelle attività lavorative quotidiane, fornendo una prospettiva unica e basata su dati empirici. La ricerca utilizza uno strumento chiamato "Clio" che ci consente di analizzare le conversazioni con Claude preservando la privacy dell'utente. Le attività sono state classificate secondo lo standard del Dipartimento del Lavoro degli Stati Uniti, che gestisce un database di circa 20.000 attività specifiche correlate al lavoro chiamato Occupational Information Network, o O*NET, garantendo così un'analisi sistematica e comparabile. Nonostante le premesse, gli autori attribuiscono allo studio alcune limitazioni importanti della loro ricerca. In primo luogo, non è possibile determinare con certezza se l'utilizzo dell'AI sia per scopi professionali o personali. Inoltre, il campione è limitato agli utenti dei piani Free e Pro di Claude.ai, escludendo quindi gli utenti enterprise e API. Limiti che, pur non invalidando i risultati, secondo gli autori suggeriscono la necessità di ulteriori ricerche per una comprensione più completa del fenomeno.

La mappa dell'utilizzo dell'AI

I risultati della ricerca rivelano una distribuzione sorprendentemente disomogenea dell'utilizzo dell'AI. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, l'utilizzo dell'AI non è uniformemente distribuito tra le professioni. Il settore informatico e matematico domina nettamente, rappresentando il 37,2% di tutte le interazioni analizzate. Questo dato non sorprende considerando la naturale affinità tra sviluppatori software e strumenti di AI. Seguono, con percentuali significativamente minori, i settori delle arti e media (10,3%) e dell'istruzione (9,3%). Per quanto riguarda il settore "Ufficio e amministrazione", la percentuale di query dedicate è del 7,9%. Un dato particolarmente interessante emerge analizzando la profondità di utilizzo dell'AI nelle diverse occupazioni: solo il 4% dei lavori utilizza l'intelligenza artificiale per tre quarti delle proprie attività, mentre il 36% la impiega in almeno un quarto delle mansioni. Questo pattern suggerisce che l'integrazione dell'AI nel lavoro sta avvenendo in modo graduale e selettivo, non attraverso una sostituzione massiccia delle competenze umane.

La duplice natura dell'AI: automazione vs potenziamento

Lo studio introduce una distinzione fondamentale tra due modalità di utilizzo dell'AI. La prima, definita "aumentativa" (57% dei casi), vede l'intelligenza artificiale come strumento di potenziamento delle capacità umane. In questo scenario, l'AI supporta attività come la validazione del lavoro (2,8%), l'iterazione di compiti (31,3%) e l'apprendimento (23,3%). La seconda modalità, "automatizzativa" (43%), comprende situazioni in cui l'AI esegue direttamente i compiti, sia attraverso cicli di feedback (14,8%) che attraverso direttive dirette (27,8%).

Il fattore economico

L'analisi della relazione tra utilizzo dell'AI e livelli salariali rivela una distribuzione peculiare: l'adozione dell'AI è più alta nelle professioni con stipendi medio-alti, come programmatori e data scientist, mentre diminuisce significativamente sia nelle occupazioni a basso salario che in quelle altamente remunerate. Questo fenomeno potrebbe essere spiegato da diversi fattori: barriere all'accesso tecnologico per i lavori meno salariati, e la natura altamente specializzata e difficilmente automatizzabile dei lavori più remunerati, dove emerge la natura decisionale dei ruoli (come i manager).

FONTE / ILSOLE24ORE



PAIDEIA s.r.l.s.

Via Novara 71 – 28016 – Orta San Giulio (NO)

P.iva / C.F. 02657620031

E-mail paideiasrls21@gmail.com

Amministratore Unico: Maria Paola Mathieu

Cell: 335 5970784

Sportello Consulenza Energia

Servizio rivolto a Cittadini ed Imprese del territorio

Il mercoledì - dalle 10 alle 13 - presso gli uffici Federalberghi VCO /Consorzio Maggiore in Via Canna 9 a Verbania Intra verrà erogata, previo appuntamento:

- Consulenza per contrattualizzazione ed efficientamento energetico
- Verifica documentale

La prima consulenza, così come la verifica, saranno gratuite!

Per interventi e contratti di fornitura successivi alla verifica:

- 1) se eseguiti da aziende convenzionate la consulenza proseguirà in modo gratuito
- 2) in caso di assegnazione lavori e contratti ad aziende terze, la consulenza professionale potrà proseguire previo compenso economico da valutarsi caso per caso, con preventivo iniziale da sottoporre all'interessato

Settori di competenza:

SETTORI DI COMPETENZA	
CONTRATTUALISTICA	EFFICIENTAMENTO
ALLACCIAMENTI	FOTOVOLTAICO
SUBENTRI	POMPE DI CALORE
VOLTURE	QUALITA' DELL'ARIA
VERIFICA BOLLETTE CON ANALISI CONSUMI	STAZIONI DI RICARICA
CONTRATTI DI FORNITURA	MONITORAGGIO PER IL CONTROLLO DEI CONSUMI
CREDITI DI IMPOSTA E INCENTIVI	COMUNITA' ENERGETICHE

INENERGY

GAS&POWER

L'energia sostenibile del tuo territorio

InEnergy è lieta di annunciare il rinnovo della partnership con
FEDERALBERGHI del **VCO**.

Siamo a fianco degli associati Federalberghi nel rendere disponibili
forniture di energia elettrica e gas naturale a prezzi competitivi
e attente alla **sostenibilità ambientale**.

www.in-energy.it

Per farti ripartire
con slancio Ti abbiamo **riservato**
una **incredibile offerta Luce** a prezzo
indicizzato alla borsa elettrica!
Scopri di più dal tuo referente
Federalberghi!

ENERGIA

**100%
GREEN**

PRODOTTA DALLE CENTRALI
IDROELETTRICHE DELL'OSSOLA

info@in-energy.it

Numero Verde

800.188.569



LA MIGLIORE CONNESSIONE SENZA VINCOLO AL SINGOLO OPERATORE

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.
SOLUZIONI PER COMUNICARE

Mettiamo in campo tutta la nostra **esperienza** per fornire la più **stabile** linea telefonica e internet presente sul **vostro territorio**.
Offri ai tuoi ospiti il comfort di rimanere sempre connesso con il resto del mondo, grazie a una **connettività sicura, affidabile e di alta qualità**.



Servizi di **connettività dedicata o condivisa** su tutte le tecnologie esistenti (Fibra, FWA, LTE) ed upgrade a tecnologie più performanti non appena disponibili.



Collegamento su **linee telefoniche nuove o esistenti** con portabilità della numerazione in modalità classica (WLR) oppure VoIP, personalizzate sulla base delle singole esigenze.



Gestione multioperatore con unico riferimento tecnico e amministrativo.



Assistenza quotidiana e diretta con monitoraggio dei nostri tecnici.



Servizi di Back up per avere sempre la linea anche in caso di guasto.

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



Via Martiri delle Foibe, 27 - 28024 Gozzano (NO)
Tel. 0322 94617 | commerciale@crollatelecom.it



L' Ospitalità al Vs. servizio!

TV Professionali multimediali a norma GDPR

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.
SOLUZIONI PER COMUNICARE

CHROMECAST PROFESSIONALE A NORMA GDPR



Coinvolgi e intrattieni direttamente gli ospiti con **MediaSuite**. Per un livello sorprendente di comfort e con soluzioni di connettività dedicate e senza limiti.

Per rimanere sempre connessi con il mondo esterno e ricevere comunicazioni utili su interfacce personalizzate.

UTILIZZO IMMEDIATO

Gli ospiti accedono al proprio account Netflix e possono continuare a guardare in hotel i loro programmi preferiti.

IN CONFORMITÀ CON IL GDPR - OGNI INFORMAZIONE SULL'ACCOUNT È CANCELLATA IN AUTOMATICO AL MOMENTO DEL CHECK-OUT

NETFLIX

Google Play

Chromecast built-in

Extended Lifetime

Analytics on-board

UI customization

Guest surveys

A PROVA DI FUTURO

Aggiorna Android gestendo la rete di TV attraverso una connessione locale e prolunga la durata del sistema.

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



Via Martiri delle Foibe, 27 - 28024 Gozzano (NO)
Tel. 0322 94617 | commerciale@crollatelecom.it

TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Quesito: La legge prevede che sul Documento di valutazione dei rischi (Dvr) in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro debba essere apposta una «data certa». Cosa significa e come si fa?



Risposta : «Quando si dice che un documento deve avere "data certa", significa che la data in cui è stato creato o inviato deve essere certificata in modo tale che non possa essere modificata o messa in dubbio in futuro. Questo è importante per evitare contestazioni legali o per dimostrare che il documento esisteva già in una certa data. Nel caso di un Dvr (Documento di valutazione dei rischi), documento obbligatorio per tutte le aziende che effettuano la valutazione dei rischi sul lavoro, la "data certa" serve per dimostrare che il Dvr è stato redatto in un preciso momento e che non è stato creato o modificato retroattivamente. La norma prevede oggi, come modo principale per attestare la data certa, che il Dvr sia sottoscritto dal datore di lavoro, dal responsabile del servizio di prevenzione e protezione (RSPP), dal rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS) e dal medico competente ove previsto. In alternativa si possono usare altri metodi, ad esempio inviando il documento tramite pec, o raccomandata oppure depositando il testo presso un ufficio pubblico o un Notaio».

Quesito: Quale è il ruolo e quali sono i compiti del responsabile HACCP in un'azienda alimentare?

Risposta : «Il ruolo del responsabile HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), in quanto punto di riferimento per tutte le questioni legate all'igiene degli alimenti, è fondamentale per garantire la sicurezza alimentare all'interno di un'azienda del settore. Le sue principali responsabilità includono:

1. sviluppare e implementare il piano HACCP: il responsabile deve elaborare e mantenere un piano HACCP per identificare i pericoli potenziali legati agli alimenti (biologici, chimici, fisici) e stabilire misure preventive e correttive
2. identificare i pericoli e i punti critici di controllo (CCP): deve identificare le fasi del processo in cui possono verificarsi pericoli e stabilire i CCP, cioè i punti critici in cui i rischi possono essere controllati;
3. stabilire limiti critici: per ogni CCP, il responsabile deve stabilire i limiti accettabili, che possono riguardare temperature, tempi, pH, ecc., al fine di prevenire rischi per la sicurezza alimentare;
4. monitorare i CCP: deve definire procedure per monitorare i CCP e assicurarsi che i limiti critici siano rispettati, adottando misure correttive in caso di superamento.
5. formare il personale: il responsabile deve assicurarsi che tutto il personale sia adeguatamente formato riguardo al piano HACCP e che segua le pratiche igienico-sanitarie necessarie;
6. gestire le non conformità: se si verificano problemi o non conformità con le norme HACCP, il responsabile deve prendere provvedimenti immediati per risolverli e prevenire futuri incidenti;
7. documentare e aggiornare il piano: è importante mantenere tutta la documentazione relativa al piano HACCP e aggiornare il sistema in base a eventuali modifiche nei processi produttivi, nelle normative o nei rischi identificati;
8. audit e verifiche: deve coordinare e gestire le verifiche interne e le ispezioni da parte delle autorità competenti per garantire il rispetto delle normative di sicurezza alimentare

FONTE / Federalberghi e/o Associazioni correlate

BONUS RISTRUTTURAZIONI

Dal 2025 detrazioni dimezzate e incentivi solo per la prima casa.

Il governo, a fronte delle problematiche legate al Superbonus, modifica le misure sugli incentivi fiscali per ristrutturazioni ed energia a partire dal 2025. Le agevolazioni si concentreranno su obiettivi ambientali specifici, escludendo incentivi per seconde case e abitazioni di lusso, riservandoli invece a case meno efficienti e interventi utili, con supporti per i redditi più bassi. Dal 1° gennaio 2024, il contributo per la manutenzione e il restauro scenderà dal 50% al 36%, con una soglia massima di spesa agevolabile fissata a 48.000 euro per ogni unità abitativa. Le attuali norme non faranno più distinzione tra prima casa e altre abitazioni, limitando gli incentivi solo alla prima casa e agli interventi che rispettano la direttiva sulle Case Green.

Il bonus ristrutturazione consiste in una detrazione Irpef per lavori di manutenzione straordinaria e ristrutturazione su unità immobiliari residenziali. Per ottenere la detrazione, è necessario compilare la dichiarazione dei redditi seguendo specifiche procedure.

Per ottenere il Superbonus sarà fondamentale conservare la seguente documentazione:

- la domanda di accatastamento
- le ricevute di pagamento dell'imposta comunale Ici/Imu
- la delibera dell'assemblea per l'esecuzione degli interventi
- la tabella di ripartizione delle spese
- la dichiarazione di consenso all'esecuzione dei lavori.

Il bonus Irpef al 36% sarà valido per il triennio 2025-2027. A partire dal 1° gennaio 2028, la percentuale scenderà ulteriormente al 30% e rimarrà in vigore fino al 31 dicembre 2033.

Al fine di ricercare la soluzione assicurativa più adatta alle vostre esigenze imprenditoriali basterà inviare la documentazione necessaria a:

Mail: consulenza@glgroupitaly.it

Tel: 011 1988 7423

Cel. 340 365 2459

Sito web: www.glgroupitaly.it

Corso Vigevano, 46- Torino (TO)



Il ritorno dei viaggi d'affari

Il settore del **business travel** è tornato a raggiungere i livelli pre pandemia, è **sano**, ma una serie di criticità internazionali ne faranno rallentare la crescita nel futuro. È questa in sintesi la fotografia del turismo di lavoro, fatta dall'**Osservatorio Business Travel del Politecnico di Milano**. Stando ai dati, nel **2024** in Italia si sono effettuati oltre **31 mila viaggi d'affari**, su un campione di aziende con almeno 10 dipendenti. Il dato è **in crescita del 3%** sul 2023, con una **ripresa più accentuata dei viaggi in Europa** e un calo invece di quelli internazionali. “È un settore che si sta normalizzando. **Continuerà a crescere del 2%** l'anno circa, anche con discrete oscillazioni sia positive che negative” ha dichiarato **Federica Russo**, ricercatrice senior dell'Osservatorio.

Italia regina

Nello specifico i viaggi di lavoro in **Italia rappresentano ancora il 70%** del totale, con quasi 23 mila prenotazioni, in aumento del 3%, mentre quelli verso paesi europei sono il 20% circa del totale, in crescita del 4% sull'anno precedente. **I viaggi extra europei calano invece del 3%**. Il mercato nel suo complesso ha rappresentato un volume di affari di oltre 22 milioni di euro, con una spesa media per un viaggio aziendale di circa 710 euro.

Le aziende hanno **speso di più per le trasferte in Italia**, in media 390 euro rispetto ai 382 dell'anno prima, mentre per i viaggi all'estero la spesa media rimane invariata, a quota 2 mila euro circa a viaggio. “A far aumentare la spesa in Italia ha contribuito il costo dell'alloggio, mentre per l'estero il prezzo dei biglietti aerei e le **tensioni internazionali** continueranno a rimanere un **freno alla crescita** ancora per un po'", ha concluso Russo.

I trend emergenti

Le aziende che devono far viaggiare i propri dipendenti sono sempre **più attente ai costi**, alla **sostenibilità** e usano sempre più l'**IA**. Sono questi i principali trend evidenziati dall'Osservatorio Business Travel del Polimi. Negli ultimi 3 anni il 55% delle aziende con più di 10 dipendenti ha acquistato biglietti e prenotato alberghi utilizzando **pratiche per il contenimento dei costi**. L'84% ha anticipato le prenotazioni per avere prezzi più bassi, una su due ha ridotto la classe di trasporto optando per **formule economy** e il 20% si affida a tool di intelligenza artificiale integrati. Di queste aziende addirittura il 43% non usa più personale per le prenotazioni, percentuale che nel 2022 era al 19%. Infine, l'attenzione alla **sostenibilità**. Il 70% delle aziende si dichiara favorevole a spendere un po' di più per viaggi, purché certificati come sostenibili o che applichino programmi di compensazione ambientale.

FONTE TTG ITALIA

Il nuovo volto del turista cinese

Il **turista cinese** è cambiato ma continua a considerare l'Italia fra le mete top per un viaggio. A confermarlo arriva l'analisi condotta da **Retex**, che nel **Travel Destination Report 2024** ha censito quali sono state lo scorso anno le destinazioni più popolari visualizzate sui social network. Ne è emerso un quadro per certi versi inaspettato. Come ha confermato il **presidente di Retex Fausto Caprini** nell'introdurre i lavori, al primo posto, complici le Olimpiadi, si posiziona la **Francia**, seguita da **Gran Bretagna, Italia, Svizzera, Islanda, Germania e Turchia**.

Varie le ragioni alla base di questo risultato. Se nel caso della **Francia** a giocare un ruolo determinante sono stati i Giochi olimpici, per la Gran Bretagna si è trattato in verità di una fama negativa, in quanto l'indice relativo al sentiment è risultato basso. **Italia** saldamente in terza posizione, senza la predominanza di una tematica specifica: gli utenti social citano infatti diverse destinazioni a testimonianza di un sentiment positivo e generalizzato.

Sostenibilità, natura avventura e attività sportive sono i fattori che determinano invece il successo dell'Islanda, seguita da una Svizzera che vede premiati i servizi di alta qualità e la percezione di destinazione sicura avvertita dai viaggiatori cinesi. In coda, la Germania, che ha beneficiato degli Europei di calcio e la Turchia, che ha effettuato cospicui investimenti di marketing sul territorio cinese.

Da questo quadro emergono importanti elementi, in grado di indirizzare le scelte strategiche del futuro. Innanzitutto i nuovi driver che porteranno i cinesi in Europa si basano su avventura e natura, sicurezza, eventi come la settimana della moda e investimenti di marketing territoriale. In primo piano anche serie televisive e short dramas, che catturano l'attenzione di un pubblico più giovane e sicuramente alto spendente.

A confermarlo i dati censiti sulle due piattaforme **Little Red Book e Doujin**, che forniscono un contributo prezioso nell'analisi delle preferenze dei viaggiatori cinesi. **Sofia Canali**, business development manager di Trip.com, segnala poi come il turista evoluto miri ad **esperienze autentiche** e cerchi sempre più spesso **destinazioni alternative** a quelle più note. In questo senso, il mezzo privilegiato è il **treno**, il cui utilizzo è quello cresciuto in modo deciso sia in Europa sia in Italia. **In crescita anche la spesa media**, come conferma **Michele Sebastiano Barca**, della direzione generale turismo di **Regione Lombardia**. "A crescere è sia lo scontrino medio, sia la **permanenza in regione**, con il 70% concentrato su Milano ma un interessante 30% che si sposta in località alternative, soprattutto nelle provincia di Varese, Como e Brescia".

FONTE / TTG ITALIA

Hospitality su misura, il ruolo dell'innovazione

Check-in online, chiavi virtuali, assistenti vocali per regolare i servizi delle camere, e poi ancora tv ultrasottili e smart, che con lo screen mirroring si trasformano in grandi monitor, per consentire di lavorare senza soluzione di continuità. L'**innovazione** sta entrando prepotentemente in albergo, ma se tutti i player dell'hospitality ne riconoscono e ne apprezzano le **innumerevoli potenzialità**, non tutti sono disposti ad accoglierla in toto, senza i necessari distinguo. Come un animale esotico ma pericoloso, che si guarda con meraviglia ma anche con prudenza e da cui si vuole mantenere ancora un certo distacco, prendendosi del tempo per poterlo studiare meglio. Per chi, però, ha iniziato a prendere confidenza con lui, può essere un **aiuto prezioso a supporto della creatività**.

“Il nostro mondo - spiega **Paolo Bellè**, cluster general manager di Hilton Rome Eur La Lama, Hilton Rome Airport e Hilton Garden Inn Rome Airport - è legato all'erogazione di servizi primari ed è più rallentato di altri nel recepire le novità. Non siamo ancora del tutto pronti, soprattutto per quanto riguarda l'IA”.

“Da un certo punto di vista - precisa **Sara Etzi**, digital marketing manager del toscano Rosewood Castiglion del Bosco - potremmo definirci un albergo più tradizionalista. Crediamo profondamente nel potere dell'interazione con l'ospite e per noi è un valore aggiunto poter costruire delle relazioni umane. Il check-in online, ad esempio, lo vediamo come qualcosa che si allontana dalla nostra filosofia, mentre le tv ultrasottili e smart sono presenti sia nelle nostre suite che nelle 11 ville”.

Analoghe le dotazioni in alcune delle strutture di **Pacini Group**, che ha al suo attivo indirizzi d'alta gamma come il nuovo The Goethe Hotel di Roma e il The Pantheon Iconic Hotel Rome, che da sede degli uffici del Senato è diventato un cinque stelle esclusivo.

“Qui - riferisce **Francesca Canaletto**, marketing manager di Pacini Group - alcune camere di lusso sono dotate di assistenti vocali per gestire illuminazione, temperatura e audio, oltre a tv smart e connessione wi-fi ultraveloce”. E proprio su quest'ultimo punto insiste Bellè: “Il wi-fi ad altissime prestazioni - sottolinea - è diventato una necessità impellente soprattutto per gli uomini d'affari, ma non solo. Fa la differenza tra un hotel e un altro, è ormai un'aspettativa tecnologica tra le più importanti”.

Altrettanto importante per loro è il check-in online, come sottolinea la brand director del gruppo R Collection Hotels, **Ludovica Rocchi**: “Nelle nostre strutture corporate milanesi, il CityHotel Poliziano e l'Hotel Mentana - spiega - abbiamo attivato la procedura per ottimizzare e rendere smart l'accesso alla stanza, in risposta a una clientela business veloce. Tutte le nostre camere - aggiunge - dispongono di smart tv con piattaforme di streaming e anche le postazioni fitness nelle palestre, che sono aperte 24 ore su 24, hanno collegamenti smart per poter fare attività fisica e contemporaneamente guardarsi una serie tv”.

Si spinge oltre **Filippo Ribacchi**, presidente e socio di BZAR hotels: “Alcune suite - racconta - sono dotate di soluzioni innovative per il benessere, come postazioni fitness compatte e regolabili. Dispositivi dedicati permettono poi agli ospiti di creare un'atmosfera unica con luci, suoni e profumi pensati per il relax o la concentrazione”. L'importante è però che la tecnologia sia un'esperienza discreta, progettata per migliorare il soggiorno dell'ospite senza sopraffarlo.

Enit: il turismo vale il 10,8% del Pil italiano

Il turismo vale il **10,8% del Pil** e contribuisce per il **13% all'occupazione** italiana. Lo dice l'Enit, che sottolinea come le prospettive per i prossimi 10 anni siano di crescita: nel 2034 si prevede che l'incidenza sul Pil sarà del 12,6% e del 15,7% quella sull'occupazione.

“I flussi turistici confermano che l'Italia ha un potenziale immenso e che possiamo crescere ancora molto – dice **Ivana Jelinic**, amministratore delegato di Enit -. Promuovendo le nostre eccellenze, tra cui anche le mete alternative alle grandi città, possiamo contribuire ad accrescere questo trend, fornendo un contributo decisivo allo sviluppo economico e culturale del Paese. I numeri sono la testimonianza migliore della strada tracciata. I primi segnali del 2025 sono incoraggianti. Puntiamo a migliorarci, guardando sempre a nuovi mercati e possibilità sinergiche, con l'unico obiettivo di portare sviluppo e occupazione in Italia”.

I dati evidenziano anche l'impatto dei **flussi turistici internazionali** verso il nostro Paese. Da gennaio a novembre 2024 l'Italia ha registrato più di **235 milioni di presenze** di turisti stranieri, con un aumento del 3,7% rispetto al 2023. Flussi legati soprattutto ai viaggi vacanza, che rappresentano il 65% del totale, per i quali i visitatori dall'estero hanno speso 28,7 miliardi di euro nei primi nove mesi dello scorso anno. Seguono i viaggi per lavoro (13,7%), per visitare parenti e amici (12,7%), per studio (3%) e per shopping e acquisti (1,8%).

Il turismo ha avuto ricadute importanti anche su molti settori, a cominciare da quello dei trasporti. Nel 2024 **gli aeroporti italiani** hanno registrato **218,4 milioni di passeggeri** (+11% sul 2023), di cui 145,8 milioni internazionali (+13,8% sul 2023, per il 66,7% del totale). Di questi, quasi 99 milioni provengono da paesi dell'Unione europea (14,7%). Salgono anche i viaggiatori italiani, che sono stati in tutto 72 milioni, con un incremento del 5,8% rispetto all'anno precedente.

A registrare i maggiori flussi sono stati gli aeroporti di Roma Fiumicino (22,4% dei passeggeri totali) e Milano Malpensa (+13,2%). Per entrambi è stata netta la crescita del numero di passeggeri: +20,7% per Fiumicino, +10,9% per Malpensa. Al terzo posto Bergamo, che ha ospitato circa l'8% dei passeggeri e ha visto crescere il loro numero dell'8,6%.

Per quanto riguarda il 2025, Enit si aspetta che il settore del turismo italiano sfrutti la vetrina del Giubileo e per fine anno quella dei Giochi olimpici invernali di Milano-Cortina 2026.

Wedding tourism. Gli stranieri scelgono l'Italia

Il **wedding** si conferma un segmento in crescita. A confermarlo sono le cifre elaborate da **Convention Bureau Italia** e **Italy for Weddings**, che raccontano il volto di un'Italia sempre più apprezzata per celebrare il giorno del 'sì'. Nel 2024, infatti, sono stati **oltre 15mila i matrimoni di coppie straniere** con un +11,4% rispetto al 2023.

A registrare il maggior numero di eventi sono i mesi di giugno (21%) e settembre (22,4%), ma il periodo di ottobre-novembre, nel confronto con lo scorso anno, guadagna l'1%. Nel 2024 **matrimoni 'più grandi'**, con una permanenza media di 2,7 notti e una media di invitati di 63,2 partecipanti con, parallelamente, un vero e proprio boom di eventi con oltre 100 ospiti.

Chi si sposa in Italia?

A scegliere il Belpaese per le nozze sono prevalentemente **coppie statunitensi** (30,4%), seguite da quelle britanniche (20,7%) e tedesche (8,7%). In aumento anche le richieste dei nubendi provenienti da Svizzera, Austria, Francia, Spagna, Cina, Russia, Giappone ed Emirati Arabi, con una quota di mercato complessiva dei Paesi Europei pari al 53% (+1% rispetto al 2023).

L'interesse delle coppie straniere premia il **Centro Italia**, che raccoglie il 31,1% degli eventi. **Sale, inoltre, la spesa media per evento**, toccando quota 61,5mila euro (+4,2%).

Tirando le somme del wedding tourism, gli arrivi stimati sono **960mila (+16%) e le presenze turistiche ammontano a 2,6 milioni (+7%)**, per un **fatturato di 931,6 milioni di euro (+16% rispetto al 2023)**. Per il 2025, le previsioni parlano di un trend in ascesa: sarà un anno che vedrà la domanda europea ancora dominante, con Usa in consolidamento e ulteriori incrementi da Canada, Australia, India ed Emirati Arabi.

Germania, cresce il turismo incoming: le previsioni per il 2025

Si attende un anno positivo per l'incoming in **Germania**. L'**Ente Nazionale Germanico per il Turismo** (Gntb) stima di raggiungere nel 2025 **circa 91 milioni di pernottamenti stranieri**.

La previsione giunge dopo un 2024 che ha visto il Paese raggiungere - secondo i dati preliminari dell'Ufficio federale di statistica - 85,3 milioni di pernottamenti internazionali, in aumento del 5,4% rispetto all'anno precedente.

Secondo Tourism Economics (TE) e il Gntb, nel 2025 **i pernottamenti dai mercati europei cresceranno tra il 5 e il 6%% e dai mercati esteri dell'11%**. Pertanto la previsione complessiva per il turismo incoming verso la Germania è di un aumento del 7%.

Anche le aspettative economiche positive per il turismo incoming in Germania nel settore dei viaggi internazionali indicano un'ulteriore crescita: l'indice del clima economico del Gntb Travel Industry Expert Panel è aumentato di sei punti nel quarto trimestre del 2024 rispetto al terzo trimestre. Le aspettative di business per la prima metà del 2025 sono addirittura di dieci punti superiori a quelle del quarto trimestre del 2024 e del primo trimestre del 2025.

Secondo le analisi di Ipk International, **i mercati esteri saranno probabilmente i principali motori della crescita prevista**. In termini di intenzioni di viaggio, la Germania si colloca al terzo posto dopo Francia e Italia come destinazione europea preferita nel 2025, con il 22,9%.

“Il turismo incoming in Germania è un importante motore di crescita per l'industria turistica del Paese, caratterizzata da piccole e medie imprese”, commenta **Petra Hedorfer**, presidente del consiglio direttivo del Gntb. “Secondo l'IPK Trendtelegramm, l'aumento degli arrivi e delle spese di viaggio ha portato nei primi otto mesi del 2024 a un incremento del 13% di fatturato dall'Europa rispetto all'anno precedente - continua Hedorfer -. Grazie ai suoi elevati standard qualitativi, alla varietà dell'offerta turistica e all'interessante rapporto qualità-prezzo, la Germania è una destinazione di prim'ordine tra le destinazioni turistiche internazionali. Secondo l'UN Tourism Barometer di gennaio 2025, gli arrivi globali sono saliti a 1,4 miliardi nel 2024 e l'Organizzazione Mondiale del Turismo prevede un ulteriore aumento dal tre al cinque per cento per il 2025. Con una crescita del sette per cento, la previsione per il 2025 del turismo in entrata in Germania è superiore alla media globale”.

FONTE TTT ITALIA

Profumi personalizzati per ogni ambiente: Soluzioni su misura

FRAGRANZE SU MISURA PER OGNI SPAZIO

Ogni ambiente racconta una storia, e una fragranza può amplificarne l'identità. Che si tratti di un hotel, di una boutique, di una spa o di uno showroom, il profumo giusto può trasformare un semplice spazio in un'esperienza sensoriale indimenticabile.

PROFUMIA GROUP CREA SOLUZIONI SU MISURA

Lavoriamo per sviluppare fragranze che si adattino perfettamente all'ambiente in cui vengono diffuse. Grazie alla nostra esperienza, possiamo personalizzare ogni aspetto del progetto olfattivo: dai diffusori per ambienti agli spray, fino ai sacchetti profumati. Ogni dettaglio viene studiato per valorizzare lo spazio e creare un'identità olfattiva unica.

UNA FIRMA OLFATTIVA CHE FA LA DIFFERENZA

Non si tratta solo di profumare, ma di dare carattere e riconoscibilità ad un luogo. Il branding olfattivo è uno strumento potente per rafforzare la percezione di un marchio e migliorare l'esperienza dei clienti, lasciando un ricordo che dura nel tempo.

SCOPRI LA SOLUZIONE PERFETTA PER IL TUO SPAZIO

Che tu voglia accogliere i tuoi ospiti con una fragranza rilassante o rafforzare l'identità del tuo ambiente con una profumazione distintiva, possiamo aiutarti a trovare la soluzione perfetta.

**PROFUMIA GROUP: PIÙ DI UNA FRAGRANZA,
UN'EMOZIONE CHE RESTA NEL CUORE.**



Candele profumate



Diffusore a bastoncino



Spray ambiente

[Contattaci oggi per maggiori informazioni](#)

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 / int 201
@mail:
direzione@federhotels.it

**visit
Piemonte**

REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

CHI È VOLATO IN PIEMONTE? INDAGINE ALLA VIP LOUNGE TO-CASELLE

Qual è l'esperienza turistica dei visitatori che accedono alla **VIP lounge** di **Torino-Caselle**?



Raccontaci del tuo soggiorno
in Piemonte.
La tua valutazione ci aiuterà
a migliorare.
Grazie!
Visita visitpiemonte.com

Tell us about your stay
in Piemonte.
Your feedback will help us
to improve.
Thank you!
Visit visitpiemonte.com



PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

**visit
Piemonte**

**REGIONE
PIEMONTE**

**REGIONE
PIEMONTE**

La **VIP lounge** dell'**aeroporto di Torino Caselle** accoglie i visitatori in partenza dallo scalo piemontese avvolgendoli con le immagini e i suoni dello speciale allestimento che parla del Piemonte.

Per farci raccontare l'esperienza turistica di questi visitatori, è in corso una survey che ci permetterà di disegnare il **profilo del turista**, valutare la **soddisfazione del viaggio** e **proporre** una **call to action** per conoscere meglio il **Piemonte** come **destinazione turistica**.

Stay tuned per i risultati a fine del primo semestre 2025.

Via G. Canina n. 9
28921 Verbania Intra
(VB)
C.F.: 93032870037
Tel: 0323 403300
@mail:
direzione@federhotels.it

Portale web
www.federhotels.it

Si è costituita il 27 aprile 2011, dalla scissione dell'Associazione Interprovinciale, la neo **Federalberghi Provinciale del Verbano 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, agiscano 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

Messaggi WhatsApp con efficacia probatoria nel processo civile

Confermato l'orientamento dei giudici di merito: scambi in chat utilizzabili purché sia possibile verificarne la provenienza e l'affidabilità

Con l'ordinanza 1254/2025, la Cassazione ha confermato l'orientamento di merito riconoscendo valenza **probatoria** alla messaggistica digitale **WhatsApp** nei giudizi civili. I messaggi WhatsApp sono **documenti elettronici** che rappresentano atti, fatti o dati giuridicamente rilevanti e, pur non essendo firmati, rientrano nel novero delle **riproduzioni informatiche** previste dall'articolo 2712 del Codice civile. Ne consegue che hanno piena **efficacia** probatoria sempreché la parte contro cui vengono prodotti non disconosca la conformità ai fatti rappresentati. Tali messaggi sono annoverati tra le prove documentali conosciute dal nostro ordinamento tramite una qualificazione nei termini di riproduzione informatica. L'uso di WhatsApp è ormai largamente diffuso nelle **interlocuzioni personali** e, grazie all'utilizzo su Pc e cellulari, sta diventando più frequente anche nei **contesti lavorativi** e commerciali. I messaggi salvati sulla memoria di un telefono cellulare sono da considerarsi prove documentali e possono essere legittimamente acquisiti tramite riproduzione fotografica. Ciò significa che i messaggi estratti da una **chat** sono utilizzabili come **prova digitale** sempreché sia possibile verificarne la provenienza e l'affidabilità.

In caso di credito: il creditore può recuperare le somme con un **decreto ingiuntivo** basato sulle trascrizioni dei messaggi di WhatsApp che attestino il riconoscimento del **debito**. La copia stampata attraverso **screenshot** delle conversazioni contenute nelle chat è una «riproduzione meccanica». Per l'utilizzabilità in un **giudizio** si richiede, in caso di specifica e circostanziata contestazione, l'acquisizione del supporto telematico dove è avvenuta la comunicazione o una relazione tecnica che attesti la metodologia e la strumentazione utilizzata per la copia in quanto va dimostrata la provenienza dal suo autore. Il **messaggio** inviato in una chat di WhatsApp, con cui si afferma di avere un debito nei confronti del destinatario, equivale al riconoscimento dello stesso. Configura una vera e propria **promessa di pagamento**.