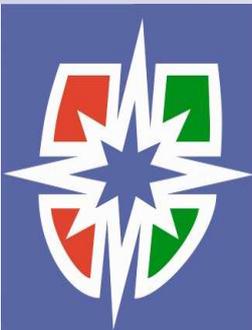




FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni
Italiane Alberghi e Turismo

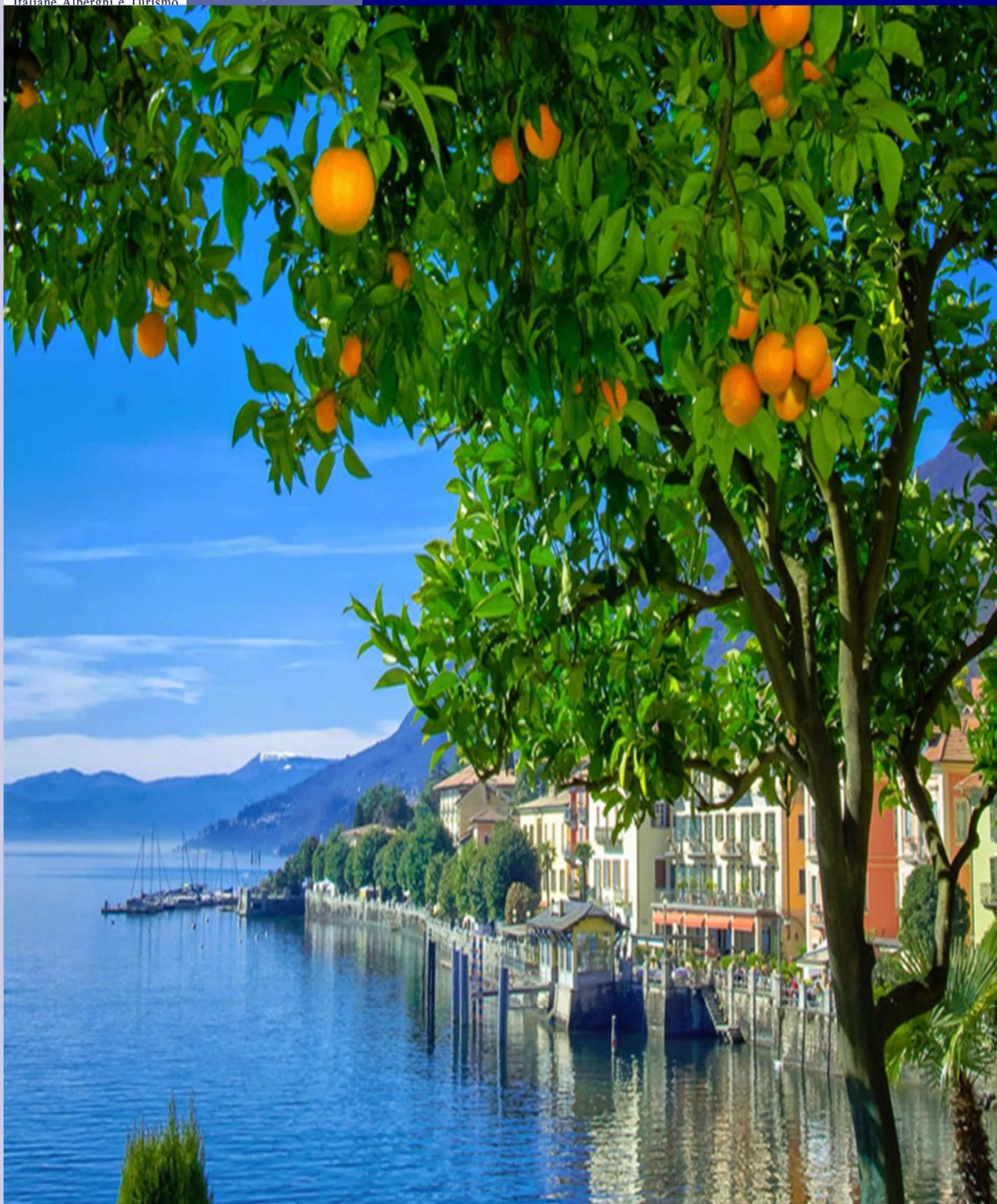


Volume 16, Numero 03

MARZO 2024

FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
NEXI – CONVENZIONE FEDERALBERGHI	PAG. 3
HOTEL – QUANTO VALE IL CAPITALE UMANO	PAG 6 e 7
IL RITORNO DELLA CINA SPINGE I CONSUMI DI LUSSO	PAG 10
QUANDO LA MUSICA ISPIRA IL VIAGGIO	PAG 11
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 12 PAG 27
AZIENDE PARTNERS	PAG 4 e 5 PAG 8 e 9 Da PAG 13 a PAG 15 DA PAG 17 a PAG 19
TRIBUNA APERTA	PAG 16
GRIDO D' ALLARME – MANCANO LE GUIDE	PAG 20
I CAMBIAMENTI CLIMA- TICI CAMBIANO I FLUSSI TURISTICI	PAG 21
TURISMO ACCESSIBILE	PAG 22 e 23
FONDO SOSTEGNO ECCEL- LENZE GASTRONOMIA	PAG 24
ISTAT – RILEVAZIONI 2024	PAG. 25
COMUNICATO IST MAGGIA	PAG 26
VISITPIEMONTE	PAG 28
APP & DINTORNI	PAG 29

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

OVERVIEW

Turismo, ritorno al futuro / La miniera d'oro digitale

Il 2024 è l'anno del ritorno al futuro per gli **Osservatori Travel Innovation e Business Travel del Politecnico di Milano**. Con una crescita del 40% nel tour operating e del 26% nel comparto delle agenzie di viaggio, la scorsa stagione non ha solo completato il riallineamento ai valori pre-pandemia, ma ha anche posto le premesse per **capitalizzare al massimo** la concomitante **trasformazione digitale** del turismo.

“Un'agenzia su quattro - hanno osservato i direttori dei due osservatori **Eleonora Lorenzini e Filippo Renga** - ha sfruttato l'accesso al **credito d'imposta per la digitalizzazione** finanziato dal Pnrr per 19 milioni di euro, innovando hardware (81%) e software (67%). La gran parte ha però rinunciato per via di procedure troppo complesse”.

Inoltre, proseguono, "Se il 51% dichiara di utilizzare programmi di customer relationship management, accanto a **strumenti di IA** per la creazione di contenuti, attività di marketing e relazione col cliente, mostra tuttavia lacune di conoscenze e capacità nell'uso delle innovazioni tecnologiche. Ora i positivi risultati di mercato possono conferire una spinta adeguata per superare queste incertezze”.

Le prospettive per il settore

Per il comparto ricettivo è prevista una crescita di valore sino a 41,2 miliardi di euro rispetto ai 36,6 del 2023 (di cui il 56% generato dal canale digitale), mentre per il settore trasporti del 12% (23,8 miliardi, di cui 16,9 generati dal digitale).

Nel 2024 esistono margini di rafforzamento in tutti i continenti ma il 'risveglio turistico' dell'Asia potrebbe fare da traino, portando il fatturato del settore a un +12% sull'ultima annata.

Alberto Granzotto, presidente di **Faita FederCamping**, evidenzia invece come l'online si sta rivelando fondamentale “per il successo dell'outdoor, comparto che oggi intercetta una domanda forte, perché sostenibile e in grado di generare una ricaduta sui territori di 1,80 euro per ogni euro speso”.



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 e 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/xpayhotel

Allegato A



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

PROMUOVIAMO LA SICUREZZA DELLE PERSONE IN ALBERGO

CONVENZIONE ASSOCIATI PER L'ACQUISTO DI UN DEFIBRILLATORE DAE



DEFIBRILLATORE DAE PHILIPS IREDEEM just in time

- 1 CHIAMA I SOCCORSI**
Chiama la persona di servizio.
Se non riceve aiuto chiama il 118 o 112.
- 2 PRENDI IL DEFIBRILLATORE**
Accendi e apri gli elettrodi sul torso come viene indicato.
- 3 USA IL DEFIBRILLATORE**
Segui le istruzioni vocali.
Se sei in dubbio, dopo esserti assicurato che non ci sono altri soccorsi, premi il pulsante di scarica.

IREDEEM 
just in time

PHILIPS

Distributore ufficiale



5stelle
native cloud pms

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

TTG ITALIA 5 FEBBRAIO 2024

Today L'inchiesta

Hotel: «Quanto vale il capitale umano»

Gli albergatori apprezzano gli interventi che la Finanziaria riserva ai lavoratori, ma sottolineano la necessità di misure strutturali e di più ampio respiro per incentivare i giovani ad accostarsi al settore

DI STEFANIA GALVAN

Il segnale positivo è che finalmente anche il Governo incomincia a rendersi conto dell'importanza dell'hospitality in Italia, quello negativo è che non si tratta di provvedimenti strutturali, ma limitati nel tempo. Gli attori del comparto dell'ospitalità reagiscono così alla notizia delle misure inserite in Finanziaria per agevolare i dipendenti delle strutture ricettive.

Misure che includono la detassazione del lavoro notturno e del lavoro straordinario nei giorni festivi per i dipendenti, oltre che un trattamento integrativo speciale pari al 15 per cento delle retribuzioni lorde corrisposte per il lavoro notturno. "Si tratta di iniziative che hanno un loro peso - sottolinea **Marcello Cicalò**, ceo di **Bluserena** -. Ce ne sono poi altre che hanno avuto un impatto considerevole nel corso del 2023, come per esempio quella relativa alla Decontribuzione Sud sul lavoro, che è stata ampliata fino a giugno. Mi auguro - conclude - si riesca a estenderla a tutto il 2024".

"Accogliamo con interesse queste novità - commenta **Egidio Ventimiglia**, amministratore delegato di **Garibaldi Hotels** -. Si tratta, a mio avviso, di un primo piccolo passo per supportare un settore che negli ultimi anni è stato messo a dura prova".

IL NODO QUALITATIVO

Gli fa eco, ma con qualche distinguo, **Mario Cardone**, ceo di **Autentico Hotels**: "Penso - dice - che sia un primo passo positivo per avvicinare i giovani a questo lavoro, poco appetibile proprio perché impone la rinuncia parziale a un valore fondamentale, quello del tempo libero. Cosa diversa - precisa - è l'abolizione del reddito di cittadinanza: una mossa che libera risorse, è vero, ma non quelle che noi dobbiamo attirare, in un settore come il nostro che è fatto di servizi". Concorda con lui **Matteo Baldacci**, hotel manager delle strutture di **Jada Hotels Collection**: "La difficoltà - ribadisce - è trovare persone specializzate: non è il numero degli addetti, ma la qualità che conta, soprattutto per una realtà in forte espansione come la nostra. Abbiamo infatti aumentato le strutture romane con due nuovi ingressi, il Boutique Hotel Piedra Rome City Centre e il Rome Ciampino Smart Hotel, che apriranno presto e per i quali stiamo cercando di muoverci in anticipo per il recruiting". "La detassazione del lavoro notturno è straordinaria



Il cinque stelle Grand Hotel Courmayeur Mont Blanc a Courmayeur, la new entry di R Collection Hotels che ha aperto il 1° dicembre 2023



“

Lazzarini: La difficoltà è nel trovare figure qualificate

ri - interviene **Liliana Comitini**, presidente e amministratore delegato di **B&B Hotels Italia**, Slovenia e Ungheria - rappresenta indubbiamente un passo positivo per sostenere i numerosi dipendenti del nostro settore. Riconosciamo appieno l'importanza di affrontare le sfide legate a questa nuova normativa e, consapevoli che i nostri dipendenti sono la chiave del nostro successo, ci impegniamo a massimizzare i benefici tangibili derivanti da questa misura a loro vantaggio". Il problema di trovare personale qualificato, però, resta come spiega **Beatrice Lazzarini**, alla guida - insieme ai fratelli Alessandro e Laura - del gruppo **4L Collection Hotels**. Pur concordando con i suoi colleghi sulla bontà degli interventi governativi che, secondo lei, sono utili soprattutto "per far sentire considerati i più giovani, coloro che si sentono meno incentiva-

ti a fare un lavoro faticoso come quello nell'hospitality", lamenta la difficoltà che ancora permane nel trovare figure preparate: "I problemi maggiori - spiega - li riscontriamo con il personale extra, che ci serve nei picchi di stagione. Ci capita infatti che molti candidati rifiutino il contratto a tempo determinato che noi offriamo loro per optare per il lavoro a chiamata, che garantisce più guadagni immediati, ma non dà alcuna prospettiva di crescita professionale". Per noi - aggiunge Lazzarini - questo è un problema perché non abbiamo mai la certezza di una copertura totale delle esigenze di personale nei periodi di maggiore afflusso di ospiti, ma quello che mi dispiace è che, per i tanti che non vogliono essere contrattualizzati, si tratta di un'occasione persa". Sulla limitatezza temporale delle misure governative interviene invece

Giocare d'anticipo: la tattica per evitare brutte sorprese

Anticipare il più possibile il recruiting per non doversi trovare impreparati a inizio stagione. Questo è l'imperativo dei gruppi alberghieri, soprattutto quelli in espansione. "Noi stiamo raddoppiando le strutture - racconta Baldacci - e abbiamo già da tempo avviato il reclutamento di risorse. Cerchia-

mo però sempre di valorizzare le professionalità interne promuovendole a lavori di maggiore responsabilità e favorendo, in questo modo, la crescita professionale. "Il recruiting per la prossima stagione - sottolinea Rocchi - è per noi già terminato e siamo partiti con la formazione". "Il problema - ag-



giunge Miraglia - non è tanto riuscire a trovare personale, ma trovarlo con delle competenze specifiche. Per questo CDSHotels ha iniziato subito dopo le festività dei corsi formativi". Quest'anno, oltre ai corsi di inglese a tutti i livelli, CDSHotels ha aggiunto anche quelli in Tecniche di persuasione e Project management "e a marzo partiranno anche i corsi, interamente a nostro carico, di Front office, Housekeeping e Food & beverage, che riguardano gli assunti e le persone da assumere".



Ada Miraglia, direttore commerciale di CDSHotels: "La disposizione relativa alla detassazione degli extra, introdotta nella legge di bilancio - fa notare - ci tocca solo marginalmente, dal momento che sarà operativa sino al 30 giugno 2024. Ancora non abbiamo strutture in montagna, anche se proprio in questo mese ne stiamo valutando una, ma se le avessimo sicuramente i nostri dipendenti se ne gioverebbero maggiormente".

I FATTORI MOTIVANTI

Con il termine del 30 giugno, a meno di proroghe successive, vengono dunque lasciati fuori "quasi tutti gli extra dei lavoratori del segmento mare. La necessità infatti di maggiore apporto di personale è proprio nei mesi centrali, che non sono interessati al provvedimento" sottolinea ancora Miraglia.

D'accordo con lei Ludovica Rocchi, brand director del Gruppo R Collection Hotels: "Quelli che arrivano dal Governo sono aiuti, certo - sostiene -, ma non sono quelli che possono spostare la decisione finale del dipendente. Ci vogliono fattori motivanti che vanno oltre lo stipendio e gli incentivi economici: noi, ad esempio, abbiamo per tutto il gruppo la regola dei due giorni di riposo a tutti invece di uno solo e facciamo sempre corsi di formazione interni, a ogni livello".

"Rispetto al passato - interviene Cardone - la promessa di una carriera non è più un valore così sentito. I giovani ora vogliono vivere in modo diverso, non sono disposti a sacrificarsi per la carriera ma pretendono con-

dizioni lavorative ottimali, un ambiente di lavoro stimolante e un buon piano welfare. La leva economica da sola non può bastare, dobbiamo dare più qualità al lavoro dei nostri addetti".

"Il trattamento integrativo - analizza Costabile Giordano, chief human resources officer del Gruppo HNH Hospitality - è piuttosto farraginoso, in quanto sembra abbia bisogno di una richiesta scritta da parte del lavoratore, che dovrà certificare la sussistenza di tutta una serie di parametri. Intendiamoci: ben venga l'intervento, ma si tratta ancora di misure limitate perché non strutturali. La priorità - aggiunge - è il rinnovo del Ccnl, che nel nostro settore è fermo da troppo tempo, e interventi strutturali su formazione e retribuzione, che fidelizzano i dipendenti e a noi garantiscono la qualità delle loro prestazioni".

Su quest'ultimo punto concorda il direttore generale di Federalberghi, Alessandro Nucera, che però fa luce anche sulla necessità di svecchiare il settore introducendo figure professionali nuove: "Bisogna intervenire sull'aumento delle retribuzioni, ma anche - spiega - proporre a chi entra in questo settore un percorso chiaro e trasparente". Per questo nell'ambito del rinnovo del Ccnl Federalberghi sta lavorando con i sindacati anche su una nuova classificazione dei profili, "basata sul superamento di figure obsolete e l'introduzione di nuove professionalità più in linea con l'evoluzione del mercato. Penso, ad esempio, a posizioni legate ai temi della sostenibilità e dell'innovazione tecnologica".

L'esempio di HNH Hospitality: «Così incentiviamo le risorse»

Se la gran parte dei gruppi alberghieri lamenta ancora la difficoltà a trovare personale, soprattutto stagionale, HNH Hospitality ha deciso di giocare in anticipo per fidelizzare i dipendenti, ottenendo non a caso la certificazione di 'Great Place to Work'. La società è stata infatti la prima a inserire maggiorazioni retributive lo scorso maggio e ha confermato l'intero pacchetto di misure per l'anno fiscale 2024. "Molte delle nostre strutture - spiega Costabile Giordano, chief human resources officer del gruppo - organizzano l'attività lavorativa su cinque giorni alla settimana e per quelle che, per diverse ragioni, non riescono prevediamo un'indennità fissa di 25 euro con riferimento a tutte le settimane lunedì-domenica. Inoltre riconosciamo una maggiorazione retributiva del 10% sulle ore lavorate il sabato e un'ulteriore 10% su quelle della domenica, per le quali già da contratto è prevista una maggiorazione del 10%". Molto ben accolta dai dipendenti anche la giornata di permesso retribuito nel giorno del loro compleanno, mentre per i casi straordinari di difficoltà l'azienda prevede i "permessi solidali", ossia la possibilità di usufruirne di ore extra di permesso donate volontariamente dai colleghi. "A ogni ora donata - sottolinea Giordano - HNH Hospitality ne aggiunge, a sua volta, una".



Sella

OFFERTA CONDIZIONI

Offerta Servizi
Acquiring e locazione POS,
Acquiring Ecommerce,
riservata esclusivamente agli
affiliati di Federalberghi



Sella

Offerta Servizio Acquiring e locazione POS riservata esclusivamente agli **affiliati di Federalberghi**

Condizioni servizio

- Tempi di attivazione: 10 giorni lavorativi da sottoscrizione contratto convenzionamento punto vendita
- Assistenza "on site": **gratuita** con intervento entro le 24 ore dall'apertura della chiamata
- Servizio di assistenza clienti: **gratuito** tramite numero verde
- **Nessun obbligo apertura conto corrente presso le succursali Banca Sella**
- Possibilità di accredito del transato sia al netto che al lordo delle commissioni presso qualsiasi Istituto Bancario o Poste Italiane (modificabile in tempo reale)
- Accredito giornaliero con data valuta e disponibilità il giorno lavorativo successivo alla data di transazione (escluso Union Pay)
- Visualizzazione online delle operazioni effettuate con terminali POS, tramite il servizio gratuito dashboard di Axerve: myStore <https://mystore.axerve.com> e messa a disposizione di riepilogo operazioni mensili
- Installazione terminali contactless di ultima generazione modelli Fisso, Cordless, Android (gprs/wifi), con connettività su linea telefonica, Ethernet (adsl), Wifi, Gprs (mobile SIM inclusa).

Condizioni economiche

SPESE DI SERVIZIO

- Costo per installazione terminale POS una tantum: **gratuito**
- Canone mensile di noleggio singolo terminale: **variabile in base al trasato come segue**

Totale trasato mensile*	Modello POS Fisso	Modello POS Fisso con PIN PAD, GEM	Modello POS Cordless	Modello POS GEM con PIN PAD	Modello POS Mobile Android
Da 0 € a 3.000 €	12 € + IVA	16 € + IVA	18 € + IVA	20 € + IVA	20 € + IVA
Oltre 3.000 €	6 € + IVA	8 € + IVA	9 € + IVA	10 € + IVA	10 € + IVA

- Sconto commissionale mensile per singolo terminale: **come segue**

Transato mensile maggiore di 6.000 €*	Modello POS Fisso	Modello POS Fisso con PIN PAD, GEM	Modello POS Cordless	Modello POS GEM con PIN PAD	Modello POS Mobile Android
Sconto	6 €	8 €	9 €	10 €	10 €

*Comprendivo circuiti Visa, Mastercard, Maestro, Pagobancomat.

NOVITÀ 2021



**Scopri subito
uno strumento
per ripartire...**

A COSTO ZERO!

ERGO

Assicurazione Viaggi

**Polizze viaggi su misura
per partire senza pensieri**

CLICCA PER SCOPRIRE IL LINK

da inserire direttamente
sul sito della tua struttura
ricettiva.

**RISERVATO AGLI ASSOCIATI
FEDERALBERGHI VCO**

Domodossola

C.so Disegna 6/8
Tel. 0324 47893
DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ
H 9.00-12.30 E 14.30-18.00

Verbania

P.za Mercato 3
Tel. 0323 405396
DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ
H 9.00-12.30 E 14.30-18.00

Piedimulera

P.za Stazione
0324 842018
LUN, MAR, GIO: H 9.00-12.30
MER E VEN: H 15.00-18.30

Omegna

Via F.lli di Dio 43
0323 887232
DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ
H 9.00-12.30 E 14.30-18.30

Gravellona Toce

Via F.lli di Dio 2
0323 865294
LUN, MER, VEN: H 9.00-12.30
MAR E GIO: H 15.30-18.00

 **spinella
& tamini**

al sicuro oggi e domani

Il ritorno della Cina spinge i consumi di lusso

Il **lusso** scommette sul **ritorno della Cina**. Che, comunque, registrerà un rallentamento: secondo il **China Luxury Report 2024** di Bain&Company, dopo un **2023 chiuso a +12%**, nell'anno in corso la crescita del mercato del lusso nella Repubblica Popolare si fermerà a un **+4/5%**

“Il mercato del lusso in Cina non ha ancora recuperato pienamente - ha spiegato **Bruno Lannes**, senior partner di Bain&Co in un intervento riportato dal **Sole 24Ore** -. Il recupero è stato mitigato dal clima economico sfidante e dall'aumento dello shopping oltre oceano”. Secondo Bain nel **2030** la quota della spesa cinese potrebbe arrivare al **40% del valore del mercato del lusso**, con il 24-26% in Cina. La scommessa è quella sul **ritorno dei cinesi a fare shopping in Europa e in Italia**.

Il **Capodanno cinese** è un importante test: è la principale occasione di vacanza per i cittadini della Repubblica Popolare e il periodo in cui, per tradizione, i cinesi viaggiano di più. Il Capodanno lunare 2024, di fatto, rappresenta il primo in cui i cinesi possono viaggiare a pieno regime. Secondo il report Europe Branded Consumer Goods: Luxury Goods di **Goldman Sachs** nel triennio 2023-2026 la **spesa domestica in prodotti di lusso europei** dovrebbe salire in media dell'8% all'anno. Goldman Sachs stima che i viaggi dalla Cina aumenteranno del 16% la crescita della spesa verso prodotti di lusso di marchi europei nel cluster cinese.

Tornati al **70% circa rispetto al 2019 i voli internazionali da e per la Cina**, i cittadini della Repubblica Popolare torneranno in Europa. Per vedere i loro livelli di spesa tornare allo stesso livello del 2019 bisognerà aspettare fino al **2026**, quando il **42% della spesa dei cinesi in beni di lusso sarà all'estero**.

In **Italia**, dove oltretutto i turisti extra Ue dal 1 febbraio possono beneficiare di spese tax free su una soglia di spesa più bassa di prima, i cinesi stanno tornando e stanno spendendo più di tutti. Secondo **Global Blue** nel quarto trimestre 2023 i turisti cinesi hanno **inciso per l'11% sulla spesa tax free** (nel 2019 erano la nazionalità principale con il 27%) ma sono **primi per scontrino medio**: mille 565 euro, +24% sul 2019.



Quando la musica ispira il viaggio: la ricerca Trainline

Fa da sfondo sonoro alle vacanze, contribuendo a costruire memorie, ma è anche una ragione per scoprire posti nuovi. Quello tra la **musica** e il **viaggio** è un legame profondo. E lo conferma l'ultima ricerca commissionata da **Trainline**, da cui emerge che il **94% degli italiani** pensa che la musica contribuisca in qualche modo a costruire e mantenere i ricordi di un viaggio.

Secondo 1 italiano su 2 inoltre **le canzoni sono in grado di arricchire l'esperienza permettendo di rilassarsi**, mentre per il 40% la musica **permette di cominciare a immergersi nell'atmosfera del proprio itinerario**.

Ma la musica è molto spesso anche il motivo stesso per esplorare posti nuovi. **Il 61% degli italiani ha infatti preso un treno nell'ultimo anno per andare a un concerto**. E con ogni probabilità questo trend continuerà anche nel 2024.

Per questo tipo di spostamenti il treno offre diversi vantaggi: il 45% apprezza la possibilità di **non doversi preoccupare di trovare un parcheggio**, per il 27% è invece il **mezzo di trasporto più economico** per raggiungere la destinazione. Anche il **rispetto nei confronti dell'ambiente** è un aspetto importante: per il 24% viaggiare in treno è un modo più sostenibile per spostarsi da un luogo all'altro.

I concerti muovono grandi masse di fan in giro per l'Italia e l'Europa ogni anno e **il 31% degli italiani afferma di aver organizzato un viaggio principalmente per esplorare la scena musicale di una città**, mentre il 45% ha dichiarato che la scoperta dei cantanti autoctoni della città fosse uno degli aspetti di interesse di un viaggio organizzato per altri scopi.

In viaggio **1 italiano su 2 (48%) ascolta piattaforme di streaming**. E il 76% sarebbe disposto a usufruire di una funzione tecnologica in grado di fornire consigli musicali personalizzati in base alla destinazione del proprio viaggio.



FONTE www.tgitalia.com

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



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



TV Professionali multimediali a norma GDPR

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

PHILIPS

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: Un cliente cieco può pernottare in struttura con il suo cane?

Risposta :

Come stabilito dalla legge 14 febbraio 1974 n. 37 e successive modifiche e integrazioni, riteniamo opportuno ricordare che le persone prive di vista hanno diritto di accedere agli esercizi aperti al pubblico (tra i quali rientrano gli alberghi e le strutture extralberghiere) accompagnati dal proprio cane guida, anche non munito di museruola.

I titolari degli esercizi pubblici che impediscano od ostacolino, direttamente o indirettamente, l'accesso ai privi di vista accompagnati dal proprio cane guida sono soggetti ad una sanzione amministrativa pecuniaria consistente nel pagamento di una somma da euro 500 a euro 2.500.

Quesito: Sono titolare di un esercizio di B&B e volevo sapere se sono tenuto al pagamento del canone speciale alla RAI

Risposta :

Fuori dall'ambito familiare, e quindi in tutte le attività ricettive imprenditoriali e non, in caso di presenza di apparecchi televisivi posizionati nei locali che permettano la visione anche ai clienti (camere degli ospiti e sale comuni) deve essere versato il canone speciale RAI e non quello ordinario. Se, invece, i televisori sono posizionati unicamente in spazi destinati all'abitazione principale del gestore e non nei luoghi destinati all'attività ricettiva (quindi sia interdetta la visione da parte degli ospiti), non è necessario stipulare il canone speciale ma basta quello ordinario per il residente che vi dimora (quello che si paga con la bolletta della luce).

Questa indicazione vale anche per i B&B che sono attività ricettive occasionali, i quali andranno così inquadrati nella categoria D (costo annuo 407,35 euro) della tabella degli abbonamenti speciali.

Quesito: Alcuni dipendenti lavoreranno presso la mia azienda per circa sei mesi. Per quanti giorni un dipendente deve essere assunto per poter accedere alla Naspi ed a quanto ammonterebbe la cifra eventualmente percepita per i restanti mesi non lavorati?

Risposta :

La Nuova assicurazione sociale per l'impiego (Naspi) è un'indennità mensile di disoccupazione, istituita nel 2015, che viene erogata su domanda dell'interessato e spetta ai lavoratori con rapporto di lavoro subordinato che hanno perduto involontariamente l'occupazione. La Naspi viene corrisposta per un periodo pari alla metà del periodo lavorato e contribuito. Ad esempio, per coprire dodici mesi occorrono otto mesi di lavoro e quattro mesi di Naspi (la metà di otto mesi). In realtà, il periodo contribuito si va a computare negli ultimi 48 mesi. Pertanto potrebbe essere che periodi contributivi precedenti al rapporto di lavoro ipotizzato diano luogo a periodi di Naspi più lunghi. L'ammontare della Naspi non è quantificabile a priori, in quanto esso è conteggiato sull'ammontare contributivo percepito da ogni singolo lavoratore negli ultimi 48 mesi.



BONUS PUBBLICITÀ 2024



Anche il 2024 vedrà l'opportunità, per chi ne farà richiesta, di accedere al **Bonus Pubblicità**.

Ma di cosa si tratta?

E' un bonus rivolto a tutte le partite iva, dalla ditta individuale alla S.p.A., che permette, sull'incremento pubblicitario in campo editoriale (ovvero, fatto solo su carta stampata o su giornali e riviste on line), fatturato in più, rispetto all'anno precedente, di beneficiare di un Bonus, che consiste in un credito fiscale che può essere al massimo del 75%, che verrà direttamente riconosciuto sul cassetto fiscale, e potrà essere usato per pagare qualsiasi tipo di F24.



Facciamo un esempio:

Nel 2023 la ditta XYZ SRL ha investito in pubblicità editoriale € 10.000.

Dal 1° al 31° marzo 2024, la ditta in questione provvede a fare una dichiarazione di intenti, sul sito dell'Agenzia delle Entrate, su cui dichiara che per il 2024, vorrebbe fare € 20.000 di pubblicità.

Nel corso del 2024, la ditta investe € 20.000 in pubblicità editoriale (l'unica che da diritto al Bonus).

Sulla differenza incrementale del 2024 sul 2023, che in questo caso ammonta a € 10.000, verrà calcolato il 75%, ovvero € 7.500, che, a seguito della dichiarazione di consuntivo della pubblicità eseguita, che l'azienda XYZ SRL farà fra il 9 gennaio 2025 ed il 9 febbraio 2025, sempre sul sito dell'Agenzia delle Entrate, potrà esserle riconosciuto come credito di imposta e automaticamente versato sul proprio cassetto fiscale, a partire da maggio 2025.



Il settore Alberghiero, da sempre è molto attento all'importanza della promozione attraverso riviste specializzate o siti ad hoc.

Henrik Ibsen, famoso drammaturgo norvegese della fin e del XIX secolo, affermava che "un'immagine vale più di mille parole".

Come poter descrivere solo a parole il panorama mozzafiato che si gode da una camera d'albergo? Come trasmettere l'eleganza e la raffinatezza di una hall o la bellezza di un centro spa, una sauna o di altri servizi offerti dall'albergo?

Solo delle immagini di qualità, che accompagnino la presentazione della struttura, sono in grado di trasmettere tutti questi valori aggiunti, quel certo non so chè, per cui un cliente sceglie una struttura piuttosto che un'altra.

Ecco perchè la pubblicità editoriale, cartacea o su internet, è così importante. Se a questo andiamo ad aggiungere anche il Bonus pubblicità, si uniscono tutta una serie di vantaggi che permettono la massima visibilità al minor costo effettivo.

A tal proposito, all'interno della nostra Rete di Imprese troviamo una società editoriale, la G&L Events Media S.r.l., la quale si occupa di fornire ai propri clienti uno spazio di qualità, veicolandoli attraverso un magazine mensile che fra le varie tematiche presenta anche quelle legate al turismo.



consulenza@glgroupitaly.it
Tel. 011 1988 7423
Cel. 340 365 2459
www.glgroupitaly.it

Per maggiori informazioni: www.gleventsmedia.it
+39 011 1988 7423 - segreteria@gleventsmedia.it



FEDERALBERGHI PROVINCIA DEL VERLANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!



Scegli le tue forniture F&B con i partner della centrale acquisti



TANNICO



GRUPPO ITALIANO VINI

Contattateci alla mail sales@sisupply.it per far parte della nostra centrale acquisti ed accedere alle nostre condizioni preferenziali

Best Western Italia S.C.p.A - Via G. Livraghi, 1/b - 20126 Milano
Mail: sales@sisupply.it - Tel: +39 02 83108 333

Il tuo albergo e i tuoi ospiti sono protetti dai fulmini?

Scoprilo con noi e ottieni il tuo vantaggio.

teamwork-eu.it



La Valutazione del Rischio di fulminazione è **obbligatoria per legge**, anche per gli alberghi.
Come associato Federalberghi, **ottieni uno sconto del 15%**
sulla realizzazione del Documento di Valutazione del Rischio di fulminazione.

Energica Sistemi di difesa dai fulmini • Armonica Sistemi di difesa dalle sovratensioni • Evo 4.0 Controllo remoto

EUTHALIA
Difesa attiva da fulmini e sovratensioni

Viale dell'Unione europea, 20
21013 Gallarate (Va)
Tel. 0332 280041 - Fax 0332 242113

info@euthalia.com
www.euthalia.com
Fb euthaliasistemidiprotezione

L'allarme del mondo incoming: "In Italia mancano le guide turistiche"

L'attrattività dell'Italia è alle stelle, ma mancano figure chiave come le **guide turistiche**. A lanciare l'allarme, esploso già lo scorso anno, quando gli arrivi nel nostro Paese erano tornati a correre, sono gli **operatori dell'incoming**.

“La carenza di guide - denuncia la presidente di Destination Italia, **Dina Ravera** - è oggi il vero limite alla crescita del nostro incoming. C'è stata, finora, una complessità amministrativa che non è stata in grado di assecondare le richieste della filiera, ma anche la **nuova legge** non credo riuscirà a risolvere un problema che ci sta penalizzando tantissimo e proprio nel momento in cui **le richieste sono ai massimi storici**”.

Le limitazioni ai gruppi

A fotografare una situazione complessa è anche **Stefano Corbari**, presidente di Fiavet Lazio: “Durante la pandemia molte guide hanno abbandonato il settore, mentre altre hanno deciso di lavorare solo sugli individuali alzando in maniera spropositata i prezzi. A questo si aggiungono poi le **limitazioni sul numero minimo** dei gruppi introdotte dai musei e che non fanno che accentuare una carenza che avrà ricadute importanti sul 2024 e potenzialmente anche sul 2025”.

Che la mancanza di personale riguardi però anche altre figure del settore lo evidenzia **Giampiero Campajola**, presidente Fiavet Friuli-Venezia Giulia: “Quello delle guide è un problema enorme che stiamo in qualche modo tamponando ricorrendo alle app e ai supporti tecnologici. Ma - aggiunge - non bisogna dimenticare che c'è anche una carenza fortissima di **autisti di bus gran turismo e Ncc**”.



FONTE www.ttgitalia.com

I cambiamenti climatici modificano i flussi turistici: l'indagine Enit

Non è più tempo di chiudere gli occhi. I **cambiamenti climatici** sono un fenomeno con cui l'industria dei viaggi dovrà fare in conti. L'**aumento delle temperature** modificherà **criteri, tempi, modalità dei viaggi e costi**. Da qui l'esigenza di tracciare una rotta per la filiera. L'**Enit** lancia così **'Turismo Climate-sensitive'**, primo studio – curato da **Fondazione Santagata di Torino** in collaborazione con **Studio Giaccardi & Associati di Ravenna** - sulla **correlazione tra temperature medie e turismo**, da cui emerge **una nuova modulazione delle presenze di turisti stranieri, che diminuiscono del 25% nei mesi estivi, mentre aumentano in primavera e autunno**. Fatti che descrivono un evidente spostamento di flussi turistici con un impatto sulle principali organizzazioni turistiche.

L'indagine - pubblicata su tutti i canali istituzionali - ha il duplice scopo di **analizzare e misurare l'impatto dell'emergenza climatica nei comportamenti della domanda** di viaggio e dell'offerta di turismo; e di contribuire, su base dati oggettivi, alla **messa a punto di nuovi modelli di lavoro per imprese e destinazioni turistiche** riducendo le minacce e individuando nuove opportunità.

In particolare, metterà a disposizione degli operatori italiani **un modello di intervento fatto di 8 policy per le destinazioni e 7 policy per le imprese**.

I temi di ricerca

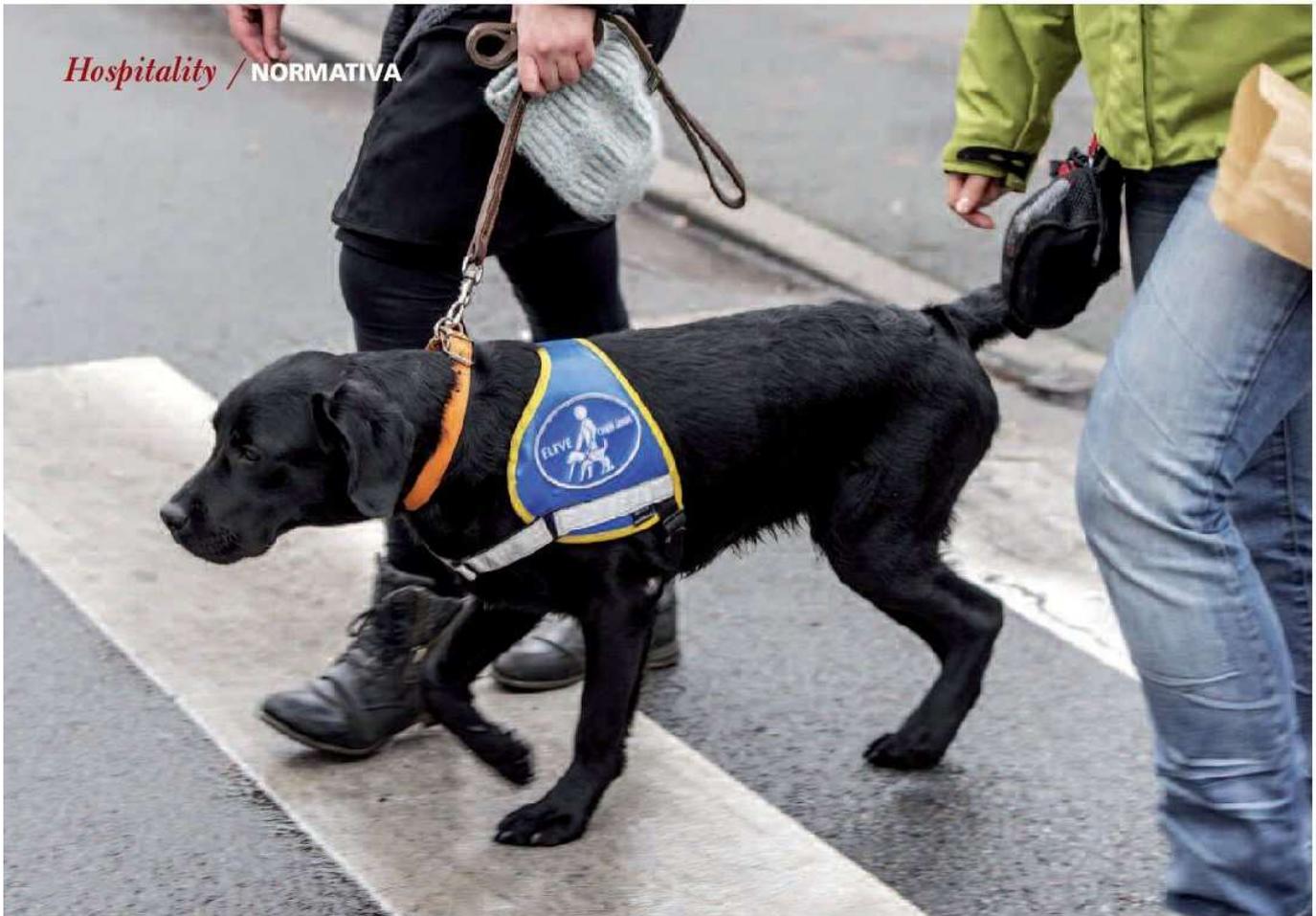
Lo studio vede il coinvolgimento di: **Elena Di Raco**, research manager del Centro Studi Enit, su **'Evidenze 2023, opportunità e criticità 2024'**; **Paola Borrione**, direttore di ricerca e presidente della Fondazione Santagata, su **'Obiettivi, azioni e aspettative del progetto di ricerca Turismo Climate-sensitive'**; **Rodolfo Baggio**, ricercatore e docente all'Università Bocconi di Milano, su **'I dati necessari per destinazioni climate-sensitive'** e, infine, **Marco Antonioli**, capo analista dello Studio Giaccardi & Associati, su **'Strategie di adattamento climatico di imprese e destinazioni turistiche in Italia e in Europa'**, che offre una stima statistica della riduzione delle presenze a causa della "forzante calore" calcolata rispetto a un gruppo di destinazioni regionali del centro nord e del centro sud Italia.

Tra gli altri temi della ricerca anche: **'Impatto climatico, turismo culturale e siti Unesco'**, che si propone di esaminare la gestione del patrimonio culturale in Italia utilizzando i 59 presidi Unesco come cartine di tornasole della capacità di risposta del sistema nazionale alle criticità del cambiamento climatico; ed **'Evoluzione del rapporto domanda e offerta nel turismo climate-sensitive'**.





Hospitality / **NORMATIVA**



TURISMO ACCESSIBILE

Il cane guida per ciechi viaggia gratuitamente su tutti i mezzi di trasporto e può entrare nei locali pubblici e aperti al pubblico insieme alla persona che accompagna, come ci dicono la legge 37/1974 poi integrata dalla 60/2006

STEFANO TORTINI, avvocato e vicepresidente dell'Unione Italiana Ciechi

ELENA FERRONE, coordinatrice Commissione Nazionale Cani Guida dell'Unione Italiana Ciechi

Vi siete mai chiesti perché una persona cieca porta con sé un cane guida quando si reca in un albergo? La domanda è assolutamente legittima e ora proverò a spiegarvene il motivo. L'individuo non vedente e il suo amico a quattro zampe condividono ogni momento della loro vita quotidiana: salgono insieme su auto e mezzi pubblici per raggiungere l'università oppure il posto di lavoro, si recano in

palestra o a passegiare, a fare una visita medica o a mangiare una pizza in compagnia di amici, a fare acquisti al supermercato e, perché no, anche in vacanza. La persona cieca e il suo cane camminano fianco a fianco ogni giorno, sui loro percorsi, con la normalità di chi è abituato a "fare insieme", perché quando per qualche seria ragione si deve fare a meno l'una dell'altro, chi ha una disabilità visiva incontra molta fatica e tristezza. Detto questo, ci possiamo domandare

anche: «Come si può riconoscere un cane guida per ciechi?». Ebbene il suo importante ruolo è facilmente identificabile perché l'animale indossa una pettorina, in cui nella maggior parte dei casi è scritta proprio la dicitura "cane guida per ciechi". A questa pettorina è comunque sempre collegata una maniglia, adagiata sulla schiena del cane, alla quale la persona non vedente si aggancia con la mano per farsi condurre quando cammina. Nei momenti in cui un cane ha addosso questa "divisa da lavoro",



l'animale diviene un vero e proprio ausilio preziosissimo per la mobilità di chi non vede o vede poco. È infatti importante ricordare che il cane guida per ciechi viene preparato per assolvere a questo impegno da addestratori qualificati, viaggia gratuitamente su tutti i mezzi di trasporto e può entrare nei locali pubblici e aperti al pubblico insieme alla persona che accompagna, come ci dicono la legge 37/1974 poi integrata dalla 60/2006. Se il gestore di un albergo dicesse di no al cane guida, oltre a negare l'accoglienza a un cliente e a essere passibile di multa, compirebbe anche un atto di vera e propria discriminazione: non permettere l'ingresso della guida a quattro zampe vuol dire lasciare fuori anche la persona che quell'animale accompagna. Apparentemente è il cane che non può entrare, ma in realtà chi si rifiuta è un individuo non vedente, come ci dice la legge 67/06 attraverso il concetto di "discriminazione indiretta".

Facciamo ora una terza e ultima domanda: che cosa sa fare un cane guida per ciechi? Un cane sa fermarsi davanti alla reception dell'albergo e aspettare con pazienza che il suo padrone prenda i dovuti accordi insieme alle chiavi della stanza. L'animale sale senza problemi in ascensore o può percorrere anche le scale. Sa riconoscere lungo il corridoio la porta della sua camera, fermandosi di fronte a essa, quando ha visto almeno una volta dove si trova, specialmente se il suo conduttore cieco rinforzerà questo comportamento con premi e lodi. Un cane così addestrato ha imparato fin da cucciolo che i bisogni fisiologici si fanno fuori, quando il padrone prende in mano il guinzaglio e si esce insieme. Un cane guida, infine, è capace di scomparire in sala da pranzo, acciambellandosi sotto al tavolo o accanto alla sedia della persona non vedente, senza dare fastidio in alcun modo agli altri clienti, anche perché non dimentichiamo che continuerà a indossare in quel contesto pettorina e guinzaglio. Il rischio piuttosto sarà che, a causa dei suoi occhi dolci, qualche cameriere o commensale vorrà allungare le mani per una carezza o per dare un



Cosa dice la legge

Le persone prive di vista hanno diritto di accedere agli esercizi aperti al pubblico (tra i quali rientrano gli alberghi) accompagnati dal proprio cane guida, anche non munito di museruola.

I titolari degli esercizi pubblici che impediscano od ostacolino,

direttamente o indirettamente, l'accesso ai privi di vista accompagnati dal proprio cane guida sono soggetti a una sanzione amministrativa pecuniaria consistente nel pagamento di una somma da 500 a 2.500 euro.

bocconcino goloso, tutte azioni per le quali è opportuno chiedere il permesso alla persona non vedente. A questo punto abbiamo imparato almeno due concetti fondamentali. Il primo è che un cieco che si sposta con l'aiuto di un cane appositamente educato, lo fa in ogni contesto della sua vita; il secondo: un cane che conduce una persona non vedente è addestrato a farlo e resta sotto il controllo del suo padrone in tutti gli spazi condivisi con altre persone, perché indossa guinzaglio e pettorina da lavoro. Poste queste premesse, possiamo dire senza dubbio che si può correre il rischio di accogliere questa coppia "a sei zampe" composta dal cieco e dalla sua preziosa guida, la cui presenza accanto alla persona con disabilità visiva risulta ancor più importante in un ambiente che è all'inizio poco familiare, come un albergo in cui magari si giunge per la prima volta.

Nel caso in cui il gestore di un albergo non abbia mai avuto nel suo locale un individuo non vedente accompagnato da un cane guida, c'è un'altissima

probabilità che l'emozione che sperimenterà facendo tale esperienza sia la sorpresa di scoprire di cosa sono capaci questi animali per chi vive la disabilità visiva, un aiuto silenzioso e discreto che spesso fa dimenticare quasi della loro presenza, tanto sono educati. Per concludere, non resta altro da dire che questo: la prossima volta che arriverà come cliente un cieco con il suo cane guida, non devo perdere l'occasione per dire sì, senza paure o pregiudizi, con la naturalezza di chi sa dare ospitalità al meglio, a tutti coloro che lo chiedono, presso la propria struttura alberghiera. Così facendo, scegliendo la strada del sì a quel cliente con una guida a quattro zampe, anzi che l'amarezza derivante da un rifiuto, si potrà gustare per entrambi, gestore dell'albergo e cliente non vedente, la gioia dell'essere accoglienti e dell'essere accolti. Non perdetevi questa occasione, rendendo tutto più ostile, facendo diventare ciò che è la normale ospitalità da riservare a ogni cliente un evento che invece potrebbe chiedere la difesa di un diritto. ✘

FONDO PER IL SOSTEGNO DELLE ECCELLENZE DELLA GASTRONOMIA ITALIANA

Il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste ha pubblicato i decreti direttoriali recanti le modalità e i termini di presentazione delle domande relative al fondo, rispettivamente, di parte capitale e di parte corrente per il sostegno delle eccellenze della gastronomia e dell'agroalimentare italiano.

La misura agevolativa è finalizzata a promuovere e sostenere le imprese di eccellenza nei settori della ristorazione e della pasticceria e a valorizzare il patrimonio agroalimentare ed enogastronomico italiano, prevedendo due diverse linee di intervento:

- ◆ la prima (per cui sono stati stanziati 56 milioni di euro) per l'attribuzione di un contributo per l'acquisto di macchinari professionali e di altri beni strumentali all'attività dell'impresa, nuovi di fabbrica, in favore di ristoranti, pasticcerie e gelaterie;
- ◆ la seconda (con una dotazione di 20 milioni di euro) per la concessione di un contributo per l'assunzione di giovani con contratto di apprendistato, rivolta ai diplomati under 30 nei servizi dell'enogastronomia e dell'ospitalità alberghiera.

Possono beneficiare delle agevolazioni le imprese iscritte nel registro delle imprese da almeno 10 anni o, alternativamente, che abbiano acquistato un certo quantitativo di prodotti certificati DOP, IGP, SQNPI, SQNZ e prodotti biologici e che abbiano codice ATECO 56.10.11 "Ristorazione con somministrazione", 56.10.30 "Gelaterie e pasticcerie" e 10.71.20 "Produzione di pasticceria fresca".

Si evidenzia che le imprese potranno presentare una sola domanda per ciascuna linea di intervento e che, per entrambe le misure, le istanze potranno essere proposte dalle ore 10,00 del 1° marzo 2024 fino alle ore 10,00 del 30 aprile 2024, esclusivamente a mezzo della piattaforma informatica che sarà disponibile su www.invitalia.it (soggetto gestore).

Rispetto ai requisiti di accesso, alle spese ammissibili e alle altre informazioni di dettaglio su entrambe le linee di intervento, si rinvia alla lettura integrale dei decreti indicati.



ISTAT - RILEVAZIONE SULLA CAPACITA' DEGLI ESERCIZI RICETTIVI 2024

L'Istituto nazionale di statistica effettua anche nel corso del 2024 la rilevazione sulla "Capacità degli esercizi ricettivi", dati relativi al 2023, in attuazione del Regolamento (UE) n. 692/2011 del Parlamento Europeo e del Consiglio relativo alle statistiche europee sul turismo.

La rilevazione è inserita nel Programma statistico nazionale 2020-2022 (codice IST 00139), aggiornamento 2022 approvato con DPR 11 luglio 2023. Per la realizzazione dell'indagine l'Istat si avvale di organi intermedi, quali gli uffici di statistica del Sistema statistico nazionale e/o gli enti territoriali competenti in materia di turismo.

Le strutture interessate dalla rilevazione sono classificate secondo la normativa nazionale e le normative regionali e distinte in:

- strutture alberghiere: alberghi classificati in cinque categorie distinte per numero di stelle e residenze turistico-alberghiere;
- strutture extra-alberghiere: campeggi e aree attrezzate per camper e roulotte, villaggi turistici, forme miste dei campeggi e villaggi turistici, alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, agriturismi, ostelli per la gioventù, case per ferie, rifugi di montagna, altri esercizi ricettivi non altrove classificati, bed and breakfast e altri alloggi privati.

Lo scopo principale della rilevazione sul movimento dei clienti è raccogliere informazioni, per ciascun mese dell'anno e per ciascun comune, sugli arrivi e sulle presenze nelle strutture ricettive dei clienti residenti e non residenti in Italia, distinguendo i primi in base alla regione italiana di residenza e i secondi in base al Paese estero di residenza. Costituiscono unità di rilevazione gli esercizi ricettivi, classificati per categoria e tipo di struttura (allegato n. 1) in conformità alla normativa nazionale e alle diverse normative regionali.

I risultati finali della rilevazione saranno consultabili sul datawarehouse I.Stat (<http://dati.istat.it>) e sul sito Eurostat (<http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism>).



The screenshot shows the Istat website header and navigation. At the top, there is a red navigation bar with links for "Istituto nazionale di statistica", "Bandi di gara", "Concorsi", and "Amministrazione trasparente". On the right, there are language options for "ITA" and "ENG", and a print icon. Below the navigation bar is the Istat logo. A search bar with the placeholder "Cerca..." is visible. To the right of the search bar, there are tabs for "Regioni" and "Argomenti". Below the search bar, there is a large graphic with colorful numbers and arrows. To the right of the graphic, there is a text box that reads: "Su questo sito sono pubblicati oltre 2.500 documenti tra comunicati stampa, eventi, audizioni, e-book, sistemi informativi".

FONTE / FEDERALBERGHI

COMUNICATO STAMPA

Gli studenti de il Maggia di Stresa (VB) diventano “insegnanti” nelle scuole medie della Provincia

Nasce il progetto "Il nostro territorio: conoscere, conoscersi, socializzare" per diffondere la cultura del VCO e di Novara e dei suoi prodotti gastronomici e avvicinare la scuola al mondo del lavoro

Gli studenti delle superiori diventano educatori e insegnano agli alunni delle scuole medie. Succede nella provincia del VCO (Verbania Cusio Ossola) dove le classi terze e quarte dell'**Istituto di Istruzione Superiore “il Maggia” di Stresa** si recheranno dagli studenti di seconda media di tre **Istituti Comprensivi della provincia (l'IC Beltrami di Omegna, la scuola Quasimodo dell'IC di Verbania Intra, l'IC Valtoce di Vogogna)** per parlare loro dell'importanza dei prodotti gastronomici locali.

Con il progetto "**Il nostro territorio: conoscere, conoscersi, socializzare**", si vuole favorire la conoscenza della gastronomia locale anche come espressione culturale, attraverso la connessione e la **comunicazione tra generazioni diverse**, partendo dagli adulti produttori e professionisti del settore alberghiero-ristorativo fino ad arrivare agli studenti di un istituto superiore e ai più giovani alunni delle scuole medie. L'obiettivo finale è inoltre quello di **avvicinare il mondo della scuola a quello del lavoro**.

Il metodo di formazione alla base di questo innovativo progetto **partirà a febbraio 2024**, terminerà nell'autunno successivo e sarà suddiviso in tre fasi. Durante la **prima fase**, gli alunni delle scuole medie lavoreranno outdoor per entrare in contatto con alcuni **produttori locali delle Province di Verbania e Novara**, scelti anche tra i beneficiari dei bandi GAL, per “intervistarli” approfondendo così le loro conoscenze e mettendo in pratica nuove abilità. Il **secondo step** prevede una formazione per gli studenti del Maggia che incontreranno gli esperti di **Contorno Viola** (associazione di Verbania riconosciuta a livello nazionale come realtà di eccellenza nella consulenza della Peer Education e nella prevenzione dei problemi adolescenziali) per imparare le tecniche dell'educazione e della comunicazione tra pari, una metodologia didattica che si basa su un processo di trasmissione di conoscenze ed esperienze tra i membri di un gruppo di pari. Questa fase vedrà anche l'**intervento di professionisti del settore alberghiero e ristorativo** che introdurranno agli studenti de **il Maggia** vari temi collegati ai prodotti locali, dal confezionamento alla cottura alla sostenibilità economica e ambientale.

Nella **terza e ultima fase** gli studenti de **il Maggia** saranno quindi pronti per recarsi dagli alunni delle medie per approfondire, attraverso la tecnica del peer tutoring, il tema della cultura gastronomica territoriale e guidarli nella realizzazione di alcuni **video di storytelling dei piatti e dei prodotti**.

All'elaborazione del progetto ha collaborato l'**Ufficio scolastico provinciale del VCO** che, con l'obiettivo di rendere lo studente partecipe del processo di apprendimento, ha inteso puntare sulla metodologia della didattica orientativa e attiva attraverso la valorizzazione delle potenzialità degli studenti stessi e del territorio.

Il Maggia è la **prima scuola alberghiera italiana**, nata nel 1938, da sempre improntata a una **didattica d'avanguardia**, attiva e cooperativa, rispondendo a esigenze sociali perché incoraggia l'inclusione di tutti gli alunni e li prepara fin da subito al mondo del lavoro.

Tanti sono i **partner coinvolti** nel progetto "**Il nostro territorio: conoscere, conoscersi, socializzare**": **Contorno Viola, l'Ufficio Scolastico Provinciale, la Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte, Federalberghi VCO, FIPE Alto Piemonte**. Il progetto è sostenuto da **Fondazione Comunitaria del Vco** e gli enti finanziatori sono: l'**Ente Bilaterale Territoriale per il Turismo della Provincia del Verbania Cusio Ossola** e il **GAL Laghi e Monti del VCO**.

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

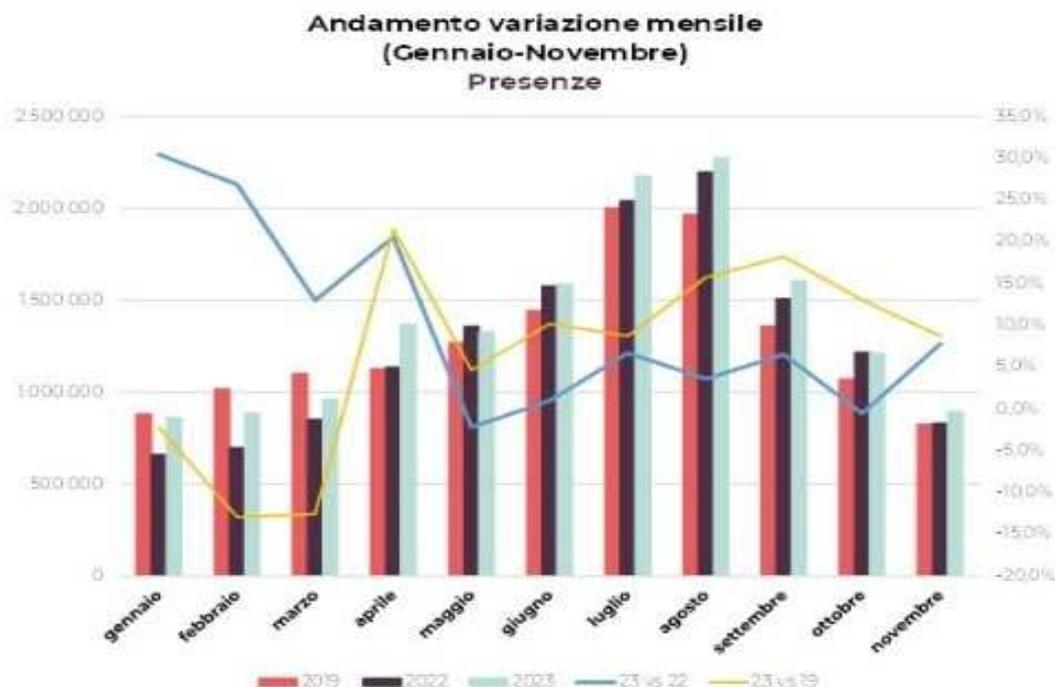
Gli appuntamenti si
terranno
in Via G. Canna n. 9
A Verbania Intra

Riferimenti Telefonici:
Tel.: 0323-40.3300 / int 201
@mail:
direzione@federhotels.it



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

PRIMI UNDICI MESI DI UN 2023 POSITIVO



Dai dati elaborati dall'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** - Visit Piemonte - emerge che il **turismo** in **Piemonte** continua con il proprio trend positivo. I **movimenti** dall'**estero** **crescono** del **15,1%** negli **arrivi** e del **14,2%** nelle **presenze** rispetto all'**anno precedente**, portando la **quota dei pernottamenti** al **53%**.

La **Germania** è sempre il **primo mercato estero**, con un **incremento** del **9,3%** di **arrivi** e del **7,9%** di **presenze** rispetto al **2022**; a seguire, **Francia**, **Benelux** e **Svizzera** che **superano** tutti i valori del **2022** e del **2019**. Al **quinto posto** il **Regno Unito**, ancora in calo in confronto al periodo **pre-pandemico**, ma in **recupero** rispetto all'**anno precedente** (**+10,5%** di **presenze**). Da segnalare la **sesta posizione** degli **Stati Uniti**, le cui **presenze** sono in **aumento** sia rispetto al **2022**, **+35,1%**, sia in confronto al **2019**, **+45%**. Al **settimo posto**, infine, troviamo i **paesi scandinavi**, che registrano una **crescita a "doppia cifra"** sia in confronto all'**anno precedente** che rispetto al **2019**.

Guardando alle **provenienze italiane**, il **Piemonte** è la prima regione, anche se in **calo** sia negli **arrivi** che nei **pernottamenti**; segue la **Lombardia**, in **crescita** rispetto al **2019**, ma in **leggero calo** rispetto al **2022**: **-2,3%** nelle **presenze**. Da segnalare la **terza posizione** del **Lazio**: **+9,6%** negli **arrivi** e **+12,7%** nelle **presenze** rispetto al **2019** e **+14%** dei **movimenti turistici** in confronto al **2022**.

Analizzando le diverse aree del territorio piemontese nei **primi 11 mesi 2023**, si osserva che i **laghi** registrano **+9,4%** di **arrivi** e **+8,5%** di **presenze** rispetto allo stesso periodo del **2022**, le **colline** registrano un **aumento** dei movimenti turistici di circa **l'8%**, le **montagne**, **+3,5%** negli **arrivi** e **+8,8%** nei **pernottamenti**, e **Torino** con la **prima cintura** segna un **aumento** sia negli **arrivi** (**+11,6%**) che nelle **presenze** (**+4,8%**).

Buono il bilancio delle vacanze natalizie 2023/2024: dai **primi dati provvisori** emerge che, in generale, le **principali località sciistiche** hanno registrato andamenti in linea con la stagione precedente, nonostante la siccità nevosa e le alte temperature: le destinazioni dell'**Alta Val di Susa** nel periodo tra **Natale** e **Capodanno** hanno registrato un **incremento** di movimenti turistici di circa **l'11%**, trainato soprattutto dalla **componente italiana** che conferma le indicazioni di **sondaggio** effettuato a novembre da cui era emerso che tra gli **italiani** che faranno una **vacanza in Italia** tra **dicembre 2023** e **marzo 2024** (**30%**), il **51%** ha segnalato il **Piemonte come destinazione possibile** - percentuale in aumento rispetto all'anno precedente.



L' Ospitalità al Vs. servizio!

Via G. Canna 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 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

Arriva in Italia Around.Us, la guida a portata di smartphone

Una **guida 2.0** che accompagna i turisti alla scoperta di tesori nascosti. Sbarca in Italia **Around.Us**, l'applicazione che aiuta i viaggiatori a scovare le principali attrazioni di una destinazione. Grazie a una mappa interattiva, i turisti potranno **individuare in pochi click i punti di interesse più importanti** che si trovano nelle immediate vicinanze. L'applicazione, infatti, **mostra le 10 principali attrazioni di un luogo scelto** e la ricerca può avvenire tramite geolocalizzazione, posizione o parole chiave.

Oltre alle attrazioni imperdibili, l'applicazione **suggerisce ai suoi utenti tutta una serie di monumenti e siti meno conosciuti** e, con le sue 16.000 parole chiave, gli utenti possono partire alla scoperta del patrimonio del luogo in cui si trovano, ammirare siti naturali o monumenti dimenticati, fontane e stazioni ferroviarie, musei e case infestate, ponti sospesi e giardini pubblici.

Ad oggi l'app conta **12 milioni di siti selezionati e classificati in tutto il mondo**, di cui **135.000 siti sono italiani** e 4.000 di questi sono designati come "Patrimoni".



Fonte / www.ttgitalia.com