



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
LOTTERIA DEGLI SCONTRINI - FAQ	PAG. 3
CONTRIBUTO A FONDO PERDUTO	PAG. 4
CONVENZIONE NEXI- FEDERALBERGHI	PAG. 5
PORTE DI INGRESSO PER HOTEL	PAG. 6 e 7
SONDAGGIO AIRBNB	PAG. 10
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG. 12 PAG. 18 e 19
DAZI AZIENDE PARTNERS	PAG. 8 e 9 PAG. 11 Da PAG. 13 a PAG. 15 PAG. 17 Da PAG. 22 a PAG. 25
TRIBUNALE APERTO	PAG. 16
GREEN PASS	PAG. 20 e 21
SOVRANITA' TURISTICA	PAG. 24 e 25
VISITPIEMONTE	PAG. 26
APP & DINTORNI	PAG. 27

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

OVERVIEW

Italia al secondo posto tra i Paesi più cercati in Europa

Il 2020, come già sappiamo, è stato un anno critico, soprattutto per il settore turistico: a pochi mesi dall'inizio del 2021 gli operatori gridano ancora all'emergenza e la ripartenza sembra ancora lontana, nonostante la stagione primavera-estate sia alle porte.

Mentre lo sviluppo di un passaporto sanitario europeo è ancora in discussione e i primi corridoi turistici prendono forma, le performance dell'Italia danno una timida speranza per il futuro. Già nel 2020, secondo l'UNWTO, il Belpaese ha subito un calo di turisti stranieri inferiore rispetto a quello di altri Paesi, perdendo "solo" il 51% degli arrivi e diventando, così, la seconda destinazione turistica al mondo.

Considerando che l'Italia era ferma al quinto posto da molti anni (dopo [Francia](#), [Spagna](#), [Stati Uniti](#) e [Cina](#)), tale "rimiscolamento" potrebbe trasformarsi in un'opportunità. O forse, dovremmo fare in modo che lo diventi.

Secondo i dati sulle ricerche dei [voli](#) aerei (provenienti dal più grande meta-search internazionale di voli), anche per i primi mesi del 2021 la prestazione italiana sembra essere incoraggiante.

L'Italia attualmente è il secondo Paese più cercato in Europa, mentre è quinta a livello mondiale dopo Stati Uniti, [Russia](#), Spagna e [Brasile](#). Il 12% dei viaggiatori di tutti il mondo sta cercando voli per raggiungere la penisola e dal primo gennaio ad oggi le ricerche sono lentamente (ma costantemente) aumentate ad un tasso medio del 3%.

Siamo ancora molto lontani dal recuperare i valori pre-Covid (le ricerche di gennaio 2020 erano sette volte quelle di gennaio 2021), ma si può affermare che c'è un forte interesse per il nostro Paese, abbastanza forte da superare dei competitor importanti, come i Paesi mediterranei (Francia, [Grecia](#) e [Turchia](#) in primis).

Al momento, infatti, i viaggi sono ancora fortemente limitati, ma è importante sapere che nei primi due mesi dell'anno ci sono stati più di 10 milioni di utenti interessati al nostro Paese: interesse che andrebbe coltivato, consolidato e alimentato, fino al momento in cui l'Italia riaprirà le porte al turismo.

FONTE www.fulltravel.it

Lotteria degli scontrini: dai ticket restaurant agli altri acquisti, le risposte alle Faq

Non si può partecipare alla lotteria con la ricevuta del benzinaio, né con quella del parcheggio, o ancora con il biglietto del cinema, del teatro o del museo

I ticket restaurant e le altre tipologie di buoni pasto non consentono di partecipare alla lotteria degli scontrini, la riffa di Stato partita lunedì 1 febbraio. La prima estrazione mensile sarà l'11 marzo: in palio 10 premi da 100.000 euro per chi compra, 10 premi da 20.000 euro per chi vende. Non solo. Per quanto riguarda gli acquisti in farmacia, nella fase di avvio della Lotteria non è possibile partecipare con gli acquisti per i quali è prevista una detrazione fiscale a fronte di presentazione della tessera sanitaria. Sono alcune delle indicazioni fornite dall'agenzia delle Dogane e dei Monopoli nelle Faq che si possono consultare visitando il sito lotteriadegliscontrini.gov.it. Di seguito alcuni dei chiarimenti principali.

Dal benzinaio

Non si può partecipare alla lotteria con la ricevuta del benzinaio. Per l'importo speso dal benzinaio non è prevista certificazione fiscale tramite memorizzazione e trasmissione telematica dei corrispettivi, operazioni indispensabili per la produzione di biglietti virtuali della lotteria.

Parcheggio

Discorso analogo per la ricevuta del parcheggio. Anche in questo caso non si può partecipare alla lotteria degli scontrini. La formula riportata nella Faq è la stessa dell'ipotesi precedente.

Gift card

Se si effettuano acquisti utilizzando una gift card non è possibile partecipare alla lotteria; se invece viene acquistata una gift card utilizzando strumenti di pagamento elettronico è possibile partecipare alla lotteria degli scontrini.

Posta

Domanda: è possibile partecipare con la ricevuta di una spedizione postale? Risposta: no, non si può. Per le spedizioni postali non è prevista certificazione fiscale tramite memorizzazione e trasmissione telematica dei corrispettivi, operazioni indispensabili per la produzione di biglietti virtuali della lotteria.

Cinema, teatro o museo

Anche in questo caso la possibilità di "giocare" è preclusa. Per i biglietti del cinema, del teatro e del museo non è prevista infatti una certificazione fiscale tramite memorizzazione e trasmissione telematica dei corrispettivi, operazioni indispensabili per la produzione di biglietti virtuali della lotteria.

FONTE www.ilsole24ore.com

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

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

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

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

Contributo a fondo perduto - Agenzia delle Entrate provvedimento n. 82454 del 29 marzo 2021- nuove istruzioni per il calcolo

L'Agenzia delle Entrate ha modificato il provvedimento dell'Agenzia delle Entrate n. 77923 del 23 marzo 2021, in tema di riconoscimento del contributo a fondo perduto previsto dall'articolo 1 del decreto-legge n. 41/2021 c.d. "decreto Sostegni".

In particolare, l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che per i soggetti che hanno attivato la partita IVA a partire dal 1° gennaio 2019, il contributo a fondo perduto spetta a prescindere dalla circostanza che essi abbiano registrato un calo del 30% della media mensile del fatturato del 2020 rispetto alla corrispondente media del 2019.

Per tali soggetti la percentuale di calo indennizzabile è applicata al calo della media mensile di fatturato calcolata per i soli mesi successivi a quello di attivazione della partita IVA.

In ogni caso restano fermi il limite massimo di ricavi o compensi per l'ammissione al beneficio e gli importi minimi e massimi del contributo. Di conseguenza, sono approvate le modifiche alle istruzioni al modello.

Le modifiche non incidono sulle specifiche tecniche approvate con il provvedimento del 23 marzo 2021.

Circolare FED VCO del 30/03/2021

nexti
XPAY
Hotel

L'OSPITALITÀ ITALIANA
FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

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

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

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

**Dettaglio
Offerta
Federalberghi**

NEXI4TOURISM

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

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

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

Porte d'ingresso per hotel. Come rendere l'entrata degli ospiti accogliente ed efficiente

L'immagine e la personalità di un hotel viene trasmessa all'ospite già nel momento del suo ingresso in struttura. L'accoglienza si vede nella professionalità dello staff, ma in anche altri dettagli che possono influenzare la prima impressione dei clienti. Oggi parliamo di **porte d'ingresso**, di come possono contribuire all'estetica dell'hotel, delle loro caratteristiche tecnologiche e dei vantaggi in termini di risparmio energetico.

Per realizzare **ingressi attraenti**, che riescono ad introdurre gli ospiti in un ambiente piacevole e accogliente, bisogna affidarsi a soluzioni dotate di specifiche caratteristiche tecnologiche ed estetiche. In base all'eleganza e alla preziosità dell'ingresso è possibile comunicare l'identità della struttura.

Partendo da questi presupposti, è fondamentale selezionare la soluzione che più si adatta alla propria struttura. Nei paragrafi successivi, vedremo nello specifico le caratteristiche e i modelli di porte d'ingresso per hotel e strutture ricettive.

Per la stesura di questa guida, ci avvaliamo della collaborazione di dormakaba, marchio che opera nell'industria degli accessi e della sicurezza realizzando soluzioni ad hoc per il settore ricettivo.

Porte d'ingresso: caratteristiche e modelli

L'impressione degli ospiti comincia a formarsi nel momento in cui si varca la soglia di ingresso. Ed è proprio in quell'occasione che bisogna mostrare l'identità dell'hotel. Le **porte automatiche** offrono l'opportunità di accogliere i clienti in uno spazio piacevole e rilassato, dove è possibile entrare ed uscire senza alcuno sforzo.

Oltre ad impreziosire le entrate, le soluzioni d'ingresso dotate di specifiche tecnologie consentono di ottenere anche altri importanti vantaggi. Le porte automatiche, infatti, contribuiscono a ridurre l'inquinamento acustico e ad utilizzare al meglio le fonti di energia, **limitando le dispersioni termiche** e, di conseguenza, i relativi costi sostenuti per il riscaldamento e climatizzazione degli ambienti.

Sono disponibili in commercio diversi modelli di porte automatiche, tutti caratterizzati dalla fusione di tre importanti aspetti: **comfort, design e tecnologia**. Vi proponiamo di seguito, 2 diverse soluzioni con le quali è possibile infondere raffinatezza ed eleganza all'architettura interna ed esterna dell'hotel.

Porte Girevoli

Le porte girevoli rappresentano un'ottima soluzione per avere un maggior controllo del transito di persone e un'entrata più fluida. Dal punto di vista estetico, gli ingressi girevoli riescono a rispondere a specifiche esigenze di design, contribuendo al prestigio della struttura.

Le porte girevoli KTV di dormakaba sono disponibili a 3 o 4 ante. L'apertura può essere manuale, manuale con riposizionamento automatico, servoassistito oppure automatico. Queste caratteristiche rendono gli ingressi altamente versatili, in quanto dotati di ampia flessibilità di progettazione.

Dal punto di vista funzionale, questo modello consente di **isolare gli ambienti dal rumore**, aspetto fondamentale per le strutture ricettive ubicate in zone metropolitane o ad elevata densità di traffico. Ma non è tutto.

Le porte sono sempre isolate termicamente, garantendo un notevole risparmio energetico e riducendo i costi di climatizzazione degli ambienti. In questo modo, non solo è possibile accogliere i propri ospiti in ambienti perfettamente climatizzati, ma anche proteggerli dalle correnti d'aria che si vanno a creare in prossimità degli ingressi.

Le porte girevoli firmate dormakaba, inoltre, possono essere dotate di **un nuovo sistema di azionamento** realizzato per rispondere a specifiche esigenze, senza trascurare la valorizzazione estetica degli ingressi. Si chiama **FLEX Direct** ed è stato ideato per ridurre al minimo l'usura e gli interventi di manutenzione.

Con questo nuovo principio di azionamento elettromagnetico, le ante delle porte girevoli possono essere spostate e riportate in posizione con estrema precisione. I vantaggi che ne conseguono sono:

- una migliore separazione climatica tra ambienti interni ed esterni;
un'efficace riduzione delle correnti d'aria, favorendo così il mantenimento di un clima costante.

Porte scorrevoli automatiche

Questo modello è molto utilizzato nel settore ricettivo, grazie alla praticità e all'estetica che lo contraddistinguono. La modalità di apertura automatica consente di personalizzare la porta a seconda delle esigenze estetiche ed architettoniche, garantendo comfort, sicurezza e durata.

La **porta scorrevole curva**, per esempio, può diventare un elemento distintivo della facciata dell'hotel, rendendo la zona di ingresso dinamica ed elegante. Inoltre, risulta essere un'ottima soluzione salvaspazio, conferendo larghezza e profondità soprattutto alle entrate particolarmente strette.

Accanto a queste caratteristiche estetiche altamente personalizzabili, dormakaba mette a disposizione un modello di porte scorrevoli automatiche dotato di particolari funzionalità, volte principalmente al **risparmio energetico**. Si chiama **ST FLEX Green** e contribuisce a rendere ecosostenibili le strutture ricettive. Questa tipologia di porta, infatti, soddisfa sia le esigenze di design che i requisiti della normativa tedesca EnEV2009 sul risparmio energetico, riducendo di gran lunga i consumi di energia e di riscaldamento, nonché le **emissioni di CO2**.

La struttura, inoltre, risulta essere molto solida e dotata di tutte le certificazioni imposte dalle norme di sicurezza, per questo le porte possono essere identificate come uscite di emergenza e vie di fuga.

Altro aspetto importante riguarda il **controllo degli accessi**. Le porte automatiche possono essere dotate di specifici dispositivi di domotica che consentono agli ospiti di rientrare in hotel anche quando la reception non è presidiata. Grazie ad un lettore remoto installato sulla porta di ingresso ed un'apposita serratura elettromagnetica, gli ospiti hanno la possibilità di entrare utilizzando la tessera fornita al momento del check-in o il proprio smartphone come chiave di accesso.

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

Anna



TUTELA LEGALE

Garanzie su misura • Assistenza professionale • Scelta del legale

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

UnipolSai Assicurazioni. Sempre un passo avanti.

rate mensili*

**TASSO
ZERO**

TAN 0% TAEG 0%

TI ASPETTIAMO IN AGENZIA

AGENZIA SPINELLA • UNIPOLSAI ASSICURAZIONI

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

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

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

PIEDIMULERA • Via Stazione • Tel 0324 842018

39002@unipolsai.it • www.unipolsaispinella.it

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

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

UnipolSai
ASSICURAZIONI



AGENZIA SPINELLA



ERGO

Assicurazione Viaggi



Novità 2021:
UNO STRUMENTO PER
RIPARTIRE
...A COSTO ZERO!

Riservato agli
ASSOCIATI
FEDERALBERGHI VCO
il Link
da inserire direttamente sul
sito della vostra struttura
ricettiva.

https://partner.ergoassicurazioneviaggi.it/app_partner/apri/federalberghivco-shfp/f11a1466f2320d08787b84b0d7efc4c3902f410da9910c893d0ab08a5a78bcbc

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

Spinella Assicurazioni S.a.S.
Agenzia di DOMODOSSOLA - VERBANIA
39002@unipolsai.it

Domodossola

C.so Dissegna 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

Sondaggio AirBnB: Ecco dove vorrebbero andare gli italiani quando si potrà viaggiare

Dati interessanti dal sondaggio di AirBnB sul "**Dove e Come**" gli italiani hanno intenzione di prenotare le proprie vacanze. Dopo un anno di pandemia, le priorità dei turisti sono in parte cambiate e quando gli viene chiesto quali sono le mete preferite per la prossima stagione estiva, la risposta è sicuramente condizionata dalla **voglia di evasione** e da fattori che ispirano **sicurezza**. Molti i trend evidenziati dalla ricerca, utili soprattutto ai gestori delle attività ricettive e ai tour operator che intravedono i primi segnali positivi.

TURISMO RURALE E NON SOLO

Secondo il sondaggio di AirBnB, con interviste condotte tra il 15 e il 17 febbraio, è in crescita la voglia di vivere liberamente in spazi aperti e isolati, per allontanarsi dalle preoccupazioni e dalle restrizioni che hanno condizionato il modo di vivere di tutti da un anno a questa parte. Anche chi preferisce le mete che tradizionalmente sono più affollate (come le località di mare) desidera maggiori garanzie sulle misure di sicurezza e distanziamento adottate durante il soggiorno.

Accanto alla rinnovata attenzione alla sicurezza e al distanziamento sociale, in molti preferiscono vacanze presso **destinazioni isolate**, mostrando un particolare interesse nei confronti del **turismo rurale di prossimità**. Questo è ciò che emerge dal sondaggio, svolto con lo scopo di conoscere in anteprima quali sono le mete dove gli italiani andranno quando si potrà viaggiare di nuovo. Quest'intervista è stata pubblicata in occasione dell'accordo siglato con Agriturist per la promozione e la valorizzazione degli oltre 20.000 agriturismi italiani.

Vediamo di seguito quali sono i **dati salienti** e i trend emersi per l'estate 2021, suddivisi per diverse fasce di età.

ESTATE 2021: IDEE DI VIAGGIO E ASPETTI PRIORITARI

Come già anticipato, il 34% degli intervistati considerano pulizia e distanziamento interpersonale due aspetti altamente prioritari (il dato sale al 42% per gli intervistati over 55). Per quanto riguarda le destinazioni preferite, il **28%** è orientato verso **mete di campagna e di montagna**. Questo dato, che esprime la necessità di luoghi tranquilli e poco affollati, viene confermato dalla percentuale di italiani che preferiscono **soggiornare in agriturismi**, che è pari al 19% (anche in questo caso il dato sale al 26% per gli over 55).

Due italiani su dieci, quindi, desiderano una vacanza a contatto con la natura e i motivi di questa scelta sono diversi non solo in base all'età. Mentre i soggetti dai 50 anni in su scelgono il verde per una maggiore necessità di sicurezza, c'è chi invece preferisce il turismo rurale (29%) per vivere un periodo di distacco dalla tecnologia, eccessivamente utilizzata durante l'emergenza covid. Ma non è tutto. Il 30% degli intervistati sarebbe pronto a intraprendere una vacanza all'insegna della sostenibilità, pagando fino al 10% in più per un **soggiorno eco-friendly**.

Il turismo rurale di prossimità potrebbe essere, dunque, un trend da non sottovalutare. E sono proprio gli agriturismi le soluzioni di soggiorno che possono rispondere alle esigenze degli italiani, grazie ai loro ampi spazi aperti immersi nel verde, alle attività culturali e sportive proposte, alle esperienze enogastronomiche offerte.

IL GROSSO DELLE PRENOTAZIONI DOPO PASQUA, L'11% HA GIÀ PRENOTATO

Il desiderio di un ritorno alla normalità aumenta la voglia di viaggiare e di vivere la prossima estate con maggiore libertà. Dal sondaggio promosso da Airbnb, inoltre, è emerso che il **44%** degli italiani ha ricercato alcune soluzioni di viaggio, mentre il **51%** ha dichiarato di voler programmare le proprie vacanze dopo le festività pasquali. Solo l'**11%** del campione intervistato ha già provveduto ad effettuare una prenotazione e si tratta di soggetti che vanno dai 25 ai 34 anni. Gli over 50, invece, si mostrano più restii a programmare le proprie vacanze, in quanto preferiscono attendere aggiornamenti più rassicuranti circa l'evoluzione della pandemia.



COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



Gentili Associati,

Come ben sapete il mercato energetico è in continua evoluzione.

Siamo pertanto ad informarvi su quanto segue:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Direzione Federalberghi Provincia V.C.O.

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

Cell. 349/4514268

Mail: direzione@federhotels.it



Relax provider

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

DOCUMENTO COMMERCIALE di vendita o prestazione

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

*NS = Non Soggetta

Mario Rossi
Via Delle Vie 123
20100 Milano

01/2019/901
DOCUMENTO N° 120-0010
C.F. Cliente RSSM 011G000R

hotelcinquestelle.cloud

PRENDI E... RADDOPPIAI!

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

Info@hotelcinquestelle.cloud

***5stelle**
stress removing pms



MONITORARE IN DIRETTA I COSTI ENERGETICI

I costi dell'energia rappresentano la seconda spesa più grande per il settore turistico-alberghiero, dopo quella per il personale.

Spesa
€
542,70



Abbiamo sempre fatto così...

Sono ancora pochi gli hotel e resort che hanno favorito iniziative energetiche, e spesso lo hanno fatto per lo più in maniera superficiale, perché non disponevano dei dati necessari per individuare le aree in cui occorre apportare modifiche specifiche.

Smetti di subire i costi!

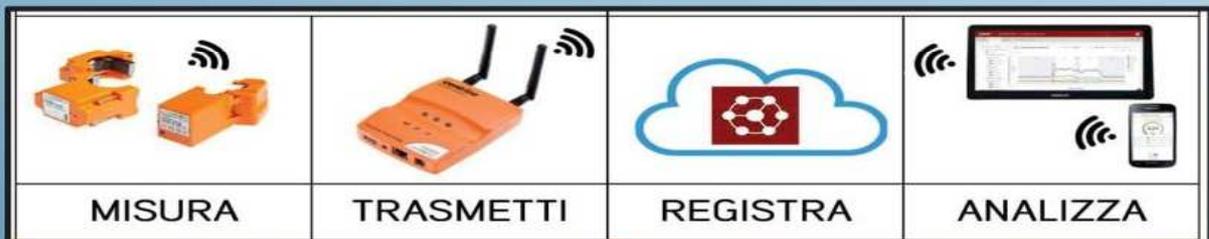
Inizia a capire e a risparmiare.

La tecnologia di monitoraggio energetico, con la sua visione profonda e ampia, scansiona la tua struttura e ti permette di disporre dei dati sui tuoi consumi energetici. Conoscere i dati significa individuare i consumi di ogni unità dell'albergo ed eliminare gli sprechi.



Energy Insight

IL MONITORAGGIO DELL'ENERGIA NON È MAI STATO COSÌ SEMPLICE!



Sensori wireless e autoalimentati
Non devi fare modifiche all'impianto
Non devi spegnere le utenze

Nessun canone di utilizzo
Dati disponibili su desktop e app
Notifica alerts in caso di anomalie

- ✓ **Dimensione tempo:** Analisi consumi e costi in base a stagionalità o altro periodo di interesse.
- ✓ **Business Units:** analisi consumi e costi in base agli ambienti monitorati: piscina, sauna, cucina, ristorante, ecc.
- ✓ **Integrazione:** interfacci i dati energetici con quelli del tuo gestionale
- ✓ **Stand-by:** valutazione dei consumi a impianti spenti
- ✓ **Bollette energetiche:** tu e il tuo Utility Manager potete verificare la correttezza delle fatture
- ✓ **Multisito:** nelle catene alberghiere confronto di hotel con consumi unitari maggiori (a parità di numero di camere o clienti, di superficie, ecc.)
- ✓ **AGEVOLAZIONI FISCALI: credito imposta 50%**

**B&B o Grand Hotel,
scegli di risparmiare!**

Soluzione FAI DA TE:
Tecnologia + corso base per analizzare i tuoi dati in autonomia

Soluzione FULL
Tecnologia + consulenza di uno Utility Manager che ti segue e ti spiega come intervenire

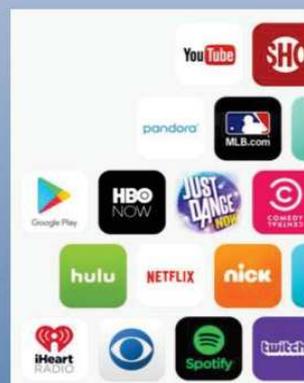
PER INFO NON ESITATE A CONTATTARCI:
0322. 94617
commerciale@crollatelecom.it



Hospitality TV

Nuovo modo di utilizzare la TV

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



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



TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Quesito: È obbligatorio inserire la partita Iva nel sito web che pubblicizza l'hotel?



Risposta:

«Dal 2001 tutti i soggetti titolari di partita Iva, che hanno un sito web relativo all'attività esercitata, sono tenuti ad indicare il numero di partita Iva sulla home page di tale sito. La norma dispone, infatti, che l'Agenzia delle Entrate attribuisca al richiedente un numero di partita Iva, il quale deve essere indicato nelle dichiarazioni, nella home-page dell'eventuale sito web e in ogni altro documento ove richiesto. La mancata esposizione del numero di partita Iva sul sito è perseguibile con una sanzione amministrativa variabile da 258,23 a 2.065,83 euro, poiché trattasi di violazione agli obblighi di comunicazione prescritti da legge tributaria. Va da sé che se il soggetto interessato ha più siti web per pubblicizzare la propria attività o per vendere i propri prodotti/servizi, il numero va riportato su ciascuno di essi».

Quesito: Come ci si deve comportare nel caso di richieste di prenotazioni di amici (non stabilmente conviventi) che desiderano alloggiare nella medesima camera? È possibile accettare simili prenotazioni? Quali precauzioni sono necessarie?

Risposta:

«Attualmente non vi è il divieto di far pernottare due ospiti non conviventi nella stessa camera, purché vengano adottate le misure di sicurezza. Se i soggetti non sono conviventi, l'organizzazione delle camere dovrà consentire il rispetto della distanza interpersonale in particolare garantendo la distanza di sicurezza tra i letti; i letti e la relativa biancheria in dotazione alla camera e bagno dovranno essere ad uso singolo. Nella sala ristorante o nell'utilizzo dei servizi accessori, il concetto di frequentazione abituale è, invece, stato abolito. Pertanto le persone che non sono conviventi sono soggette sempre a distanziamento (ad esempio, al tavolo dovranno mangiare separati e non più di quattro persone per tavolo)».



FEDERALBERGHI PROVINCIA
DEL VERLANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!

CONSULENZA STRATEGICA PER STRUTTURE RICETTIVE



Metodi e concezioni classiche non bastano più.

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



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



Fatturato in
costante aumento: ▲



Strutture ricettive
soddisfatte: **100%**



Sede:

Corso Giuseppe Garibaldi 104,
20121 Milano

Tel:

+39 335.5425743



Email:

info@direzionelvg.com

Sito:

www.lvgmanagement.com

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

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

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

**COMMON THINGS
IN AN UNCOMMON WAY**

COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



SERVIZIO DI CONSULENZA LEGALE

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

Diritto civile

Contrattualistica nazionale e internazionale

Diritto commerciale e societario

Controversie di lavoro

Recupero del credito

Esecuzioni mobiliari e immobiliari

Procedure concorsuali

Infortunistica stradale

Diritto di famiglia

Amministrazione di sostegno

Diritto delle successioni

Locazioni e condominio

Privacy e protezione dei dati personali (GDPR)

Azione civile nel processo penale

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

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

Riferimenti Telefonici:

Tel.: 0323-40.3300

Fax: 0323-40.37.33

Mail:

info@federhotels.it

FERALBERGHI VCO ED AUXOLOGICO

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

SERVIZI OFFERTI:

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

Alcune rare prestazioni potrebbero non essere scontabili.

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

COME USUFRUIRE DELLA CONVENZIONE:

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

CONTATTI:

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

DOVE SIAMO

- Corso Mameli 199 - Verbania

COME ARRIVARE

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



Il Green Pass per tornare a viaggiare. Ecco gli scenari possibili

Si chiama "Digital Green Pass" il certificato su cui l'UE punta per il rilancio del turismo. Una soluzione che potrebbe facilitare la libera circolazione dei cittadini all'interno degli Stati membri, consentendo un graduale ritorno alla normalità.

Il certificato verde, su cui il Parlamento Europeo sta lavorando incessantemente, sarà un documento di facile utilizzo, non discriminatorio, ma soprattutto sicuro. Il Green Pass, infatti, metterà a disposizione **tre modi per poter tornare a viaggiare**, anche prima della conclusione definitiva della pandemia. Un modo, insomma, per convivere con il Covid in piena sicurezza, senza più rinunce e restrizioni.

Cos'è il Green Pass?

Nello specifico, il certificato verde digitale, oltre a contenere i dati personali, attesterà:

- l'avvenuta **vaccinazione**, con relative informazioni sul tipo di vaccino assunto, nonché numero di dosi e date di somministrazione;
- l'**esito negativo dei test**, specificando il tipo di tampone effettuato e la data in cui è stato eseguito;
- la **guarigione completa dal Covid-19**, con relative informazioni che attestino la validità del documento rilasciato.

In base al tipo di informazione contenuta, il Green Pass avrà un periodo di validità diverso. Per esempio, nel caso in cui si attesti l'avvenuta guarigione, il periodo massimo di validità del certificato sarà indicativamente di 180 giorni (per i dettagli sul periodo di validità bisogna attendere conferme dall'UE e dai relativi comitati tecnico-scientifici di riferimento).

Il documento sarà **gratuito**, in formato digitale o cartaceo, e includerà un codice QR che ha lo scopo di garantire la sua autenticità. Gli Stati membri avranno a disposizione un gateway con cui sarà possibile effettuare le dovute verifiche. Ogni Paese, inoltre, deciderà per quali misure restrittive saranno esenti i viaggiatori.

Un altro aspetto da considerare, riguarda il **trattamento dei dati personali**. Per rendere il certificato legittimo ed evitare conseguenze che possono tradursi in discriminazioni e violazioni delle libertà personali, il Parlamento Europeo sta lavorando in modo da garantire un altissimo livello di protezione dei dati. Molto probabilmente, i Paesi visitati potranno controllare il documento visualizzando solo le informazioni relative alla validità e all'autenticità.

Ripresa dei flussi turistici: dati e previsioni

Le restrizioni e le chiusure delle frontiere, rese necessarie dall'aumento dei contagi e dalla diffusione delle varianti, hanno costretto molte attività a chiudere i battenti proprio nei periodi ad alto flusso turistico. Per questo motivo, secondo le previsioni dell'UE, il Digital Green Pass potrebbe entrare in vigore **prima dell'estate**. Questo consentirebbe di salvare le vacanze estive, per dare un segnale positivo al settore turistico ancora oggi fortemente provato dal perdurare dell'epidemia.

La validità di questo strumento è stata confermata da quei Paesi che lo hanno adottato già da qualche mese. Basti pensare al modello messo in campo da Israele, in cui si sta verificando un graduale ritorno alla normalità, grazie all'utilizzo del Green Pass e di altre valide iniziative che stanno facilitando e velocizzando la ripresa di molte attività.

Gli hotel italiani fanno gola ai gruppi internazionali: parte la conquista

Gli **alberghi italiani** fanno sempre più gola ai gruppi internazionali. A confermare il trend **Francesco Calia**, head of hotels di **Cbre Italy**, che, presentando l'ultimo '**Hotels Pan Emea Report 2021**', spiega come "la dimensione del patrimonio alberghiero nazionale, l'elevata frammentazione del comparto in Italia, le performance gestionali considerevoli nei mercati primari e il ridotto livello di penetrazione dei brand del Paese rendono il **settore particolarmente interessante per le catene internazionali**, che **potrebbero trovare opportunità di gestione nel Paese**".

Il settore si presenta di grande appeal per **investitori di varia natura**. "Sono **molte, infatti, le opportunità di riposizionamento e rebranding** – continua Calia -. È probabile quindi che, nel corso di quest'anno, si assista a **una crescita dei volumi di investimento nel mercato hotels rispetto al 2020**. I driver principali saranno il **flight-to-quality** e le opportunità **value-add**".

La ripartenza

Sul fronte del business e della ripartenza, per il 2021 "gli investitori si attendono **sconti sul pricing** a causa di una carenza di liquidità e di un'erogazione limitata di finanziamenti da parte degli istituti di credito".

Le previsioni

Allargando lo sguardo sull'Europa, la ripresa del mercato alberghiero sarà, almeno inizialmente, **guidata dalla domanda domestica** e le performance degli hotel in tutta l'area **non torneranno ai livelli pre-pandemia fino al 2024**. I Paesi europei con una forte domanda domestica, sia di tipo leisure, sia legata a ragioni lavorative, avranno una ripresa probabilmente più rapida.

"Ci attendiamo una **lenta ripresa del mercato europeo nel 2021**, con dei picchi di performance nel settore leisure durante la stagione estiva e i primi mesi autunnali – precisa **Owen Pritchard**, executive director and coo, Emea Hotels Cbre -. Il comportamento dei consumatori faciliterà lo sviluppo di **prodotti innovativi e gli aspetti ambientali, sociali e di governance** diventeranno un ambito di crescente interesse per il mercato dell'hospitality in Europa. Le strutture operative continueranno a evolvere e **il franchising sarà la modalità di crescita prevalente** per i principali brand internazionali".



FEDERALBERGHI PROVINCIA
DEL VERRIANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!



Elevare, secondo natura.



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

Azienda certificata secondo gli standard ISO 14001 di gestione ambientale.

AMCA Elevatori S.r.l.

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



Via Toscana 1, 00187 Roma

tel. 06.42034670

fax: 06.42034675

www.fondofast.it

info@fondofast.it



Novità 2018

FONDO FAST



PRESTAZIONI RIBORSATE DIRETTAMENTE DA FAST

- **Ticket sanitari**

- **Pacchetto Maternità**

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

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

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

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

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

AREA RISERVATA DIPENDENTI



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

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

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

CONSENSO DATI PERSONALI



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

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

Sovranità turistica Applicando l'intelligenza alla tecnologia intercetteremo i viaggiatori post pandemici

Abbiamo un problema di sovranità turistica. L'affermazione può sembrare apocalittica, esagerata, o solo impropria, ma le cose stanno esattamente così: il nostro Paese ha bisogno di riconquistare sovranità nel campo dell'ospitalità. Nel mentre siamo bloccati nei viaggi, alle prese con nuovi problemi (le multe inglesi per chi va all'estero, ecc.), ma anche con nuove speranze, date dalla vaccinazione di massa, è fondamentale porsi questo problema, perché saremo sì, di nuovo in pista, ma deboli in termini di potere decisionale.

La ripresa vedrà le destinazioni di tutto il mondo combattere per conquistare i turisti finalmente liberi di viaggiare. Sarà una competizione infernale, perché tutti hanno fame di riempire alberghi e città. Per questo ha molto senso parlare adesso, proprio adesso, di sovranità turistica, sapendo che questa sovranità oggi è fondata sulla tecnologia, il cui dominio, con l'epidemia, è diventato definitivo. Vediamo in quale modo, con quali conseguenze; e con quali strategie rispondere.

Ogni acquisto fatto online sui grandi *player* globali dell'ospitalità come Booking, Expedia, e fra poco – o forse già da subito – Google, e prossimamente magari anche Amazon, porta circa il 20 per cento del fatturato (cioè dei soldi incassati dalla vendita turistica) dal nostro ad altri Paesi. Stiamo parlando non del 20 per cento del profitto, ma del fatturato, cioè di tutto l'incasso, Iva compresa.

Questa è la conseguenza macroeconomica più imponente, ma c'è anche quella microeconomica, perché se un'impresa ha un margine operativo inferiore al 20 per cento (non è per niente facile starci sopra) è condannata a non essere profittevole. Il pericolo è di diventare "la fabbrica del turismo", ma senza potere, perché il potere sul mercato sta altrove. Il potere sul mercato consiste nel controllare allo stesso tempo l'offerta (decidere quali alberghi e quali servizi sono acquistabili, con quale visibilità e a quale prezzo) e la domanda (fidelizzare i clienti non alla destinazione, ma alla piattaforma).

Questo potere non avviene per caso e nessuno fa rapine. Avviene perché chi ha sviluppato questi sistemi ha capito prima e meglio di altri la distruzione dei vecchi modelli di incontro tra domanda e offerta turistica, e ne ha costruiti di nuovi. Adesso il problema è nostro. Per uscirne fuori, come la storia della tecnologia insegna, non serve a nulla fare la stessa cosa un anno o un giorno dopo gli altri. Serve fare qualcosa di nuovo e serve arrivare prima e meglio degli altri. Nella tecnologia il *second best* non ha successo.

Qual è il secondo motore di ricerca? Qual è il secondo sito di *e-commerce*? Qual è il secondo programma di scrittura? Non è facile farlo, ma questo è l'orizzonte, non un altro. Le illusioni sono vietate, ma come si riconquista la sovranità turistica? Allora vediamo perché i grandi *player* globali sono forti:

1. Perché sono visibili. Tanto per dare l'idea di ciò di cui parliamo: Expedia ha speso in pubblicità, in un anno, complessivamente 1,8 miliardi di dollari e 2,0 miliardi li ha spesi Pfizer, un'azienda oggi notissima; insomma spendono quasi lo stesso. Se, invece, guardiamo solo all'acquisto delle parole-chiave su Google (insomma quel che si paga a Google per far comparire il nostro nome in cima ai risultati della ricerca) vediamo che l'azienda che spende di più in assoluto è Amazon (157 milioni di dollari), ma la seconda appartiene al settore turistico: Priceline, proprietaria di Booking (82 milioni), la terza è AT&T, ma subito dopo c'è Expedia, ancora turismo. In sostanza tra i primi cinque inserzionisti di Google, due sono del turismo. Questa è la visibilità.
2. offrono servizi facili. Non c'è nessun modo più semplice di acquistare una camera alberghiera in nessun angolo del mondo, persino il più remoto, che andare su questi siti e con paio di click prenotare qualunque cosa. Questa semplicità è disarmante. Perché la tecnologia tende a rendere tutto fluido, senza interruzioni, senza vischiosità, senza pensieri e, per di più, senza nessuno sforzo cognitivo: tutto è semplice, ovvio, invisibile. Questo è il mondo naturale di vivere della tecnologia. Con un click in meno si vince e con un click in più si perde.

3. Perché conoscono i clienti. Detto meglio: hanno una *business intelligence* straordinaria. Quando vado sul sito delle prenotazioni, compaiono i risultati che sono il frutto dello studio automatico dei miei comportamenti di ricerca e d'acquisto, sedimentati in centinaia, se non migliaia, di dati personali raccolti in molti modi. Ci sono decine di alberghi che potrebbero andar bene, però magicamente ci sono proprio quelli che avrei voluto. Hanno scelto per me, e non si sbagliano. Presentare una lista di hotel senza *business intelligence* è come avere le vecchie guide telefoniche di carta. Conoscere le persone in tempo reale, non la lista delle strutture, è la frontiera del presente e del futuro. Il sapere è potere.

Non bisogna però farsi troppo spaventare dalla mostruosa capacità dei grandi *player* globali, perché si può rispondere alla tecnologia, essere semplici e metterci anche tanta intelligenza. Prendiamo la tecnologia, che sembra preclusa a chi non ha capitali infiniti. Non è così: la tecnologia per suo corso naturale ha un movimento duplice e opposto: decentra e accentra (e costa sempre meno). Permette a tutti di aprire la propria pagina di Facebook, e in questo movimento decentra potere; però poi accentra, perché Facebook decide quante persone possono vedere quella pagina. Chiunque può aprire il sito dell'albergo o della destinazione turistica gratis (decentramento), però poi Google decide in quale posizione quel sito sarà collocato nei risultati (se va oltre la prima videata è praticamente invisibile) e perciò abbiamo il movimento opposto dell'accentramento. Sarà probabilmente sempre così: la tecnologia include e poi esclude, include di nuovo e poi ancora esclude. In questo movimento perpetuo però si aprono grandi possibilità anche per chi non ha milioni di euro da spendere. La tecnologia è una barriera, ma anche un'opportunità. I modi ci sono e sono disponibili.

Essere semplici è una filosofia e rispecchia i tempi che viviamo: la società complessa ama le risposte semplici. Viviamo nell'abbondanza della comunicazione e serve a poco produrne altra e altra all'infinito, mentre serve l'informazione utile. Serve fornirla nei momenti-chiave: serve essere presenti, esatti, semplici nel momento in cui quell'informazione per il turista diventa cruciale, decisiva, fondamentale. Se non si trova facilmente e immediatamente, allora si passa a Google, ma Google non è la guida del telefono, perché le informazioni le indicizza in un modo legittimamente profittevole, non segue insomma l'ordine alfabetico. L'esperienza di un ospite è una successione di momenti (quando serve il taxi; quando serve sapere dove trovare il piatto preferito; quando serve sapere dove trovare un artigiano, ecc.). Bisogna capire "il potere dei momenti".

Veniamo all'intelligenza. La prima forma di intelligenza è fuggire il pensiero omologante. Ogni destinazione turistica è interessante se è rara, se è unica, se non assomiglia a nessun'altra, se punta alla sua identità. Gli algoritmi standardizzano e rendono tutto sostituibile e omologo, e nessuna persona vuole lo standard, l'uguale, il medio. Il movente del viaggio è l'unico, non l'uguale. Per questa ragione le destinazioni devono conquistare un'autonomia nella comunicazione e lo faranno se sono in grado di offrire all'ospite ciò che è unico di quel luogo e lo devono fare non in astratto, con la buona promozione turistica, ma collegandosi direttamente alla persona, proprio a lui, alla sua individualità e alla sua personalità. E devono farlo utilizzando la tecnologia (oltre che con l'empatia, la virtù, in assoluto, più profetica del successo nell'ospitalità) rovesciando i termini della relazione con la stessa tecnologia, riprendendosi il potere di parlare direttamente con le persone, senza l'intermediazione degli algoritmi fondati sul *clickbait*, che spingono a cliccare ciò che è più famoso, omologo, ovvio. Ci pensate che una parte delle ragioni dell'*overtourism* del passato era dovuto proprio a questo corto circuito?

Adesso è il momento di creare algoritmi diversi, profilazioni diverse, informazione diversa. La tecnologia ha disintermediato i mercati e intermediato il pensiero. È il momento che la "sovranità territoriale" riprenda la primazia, e con la tecnologia, non senza. Il pendolo deve andare decisamente sul lato del decentramento. Si può fare. Sappiamo come fare.



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

SU INSTAGRAM “IL PIEMONTE CHE NON TI ASPETTI”

Oltre duemila contributi, tra foto e video, sono stati la risposta al **contest** lanciato a settembre e ottobre 2020 da **VisitPiemonte** e **Lonely Planet Italia**, nell’ambito della campagna di comunicazione “**Piemonte singolare**” e delle iniziative “**#Ripartiturismo**”.

La proposta agli utilizzatori dei social consisteva nel postare sul proprio profilo Instagram una fotografia, un video, un collage o una gallery fotografica, esprimendo in modo originale e divertente non solo la propria vacanza ideale in Piemonte, ma anche **il Piemonte immaginato, conosciuto o desiderato**, corredando le immagini con una didascalia di massimo 200 caratteri, il più possibile appassionata e coinvolgente, e l’hashtag **#ilpiemontechenontiaspetti**.

In palio per i fortunati autori dei migliori scatti o video, sette soggiorni in Piemonte, messi a disposizione da altrettanti Consorzi piemontesi: Consorzio Turistico Alpi Biellesi, Consorzio Turismo Bardonecchia, Consorzio Turistico Incoming Experience, Consorzio Langhe Experience – Consorzio Turistico Langhe Monferrato Roero, Consorzio Operatori Turistici Coniturs – Provincia di Cuneo, Consorzio Turistico Sistema Monferrato, Consorzio Turistico Valle Maira.

La giuria che ha lavorato alla selezione era composta da: Marzia Baracchino, Direttore dell’area Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte; Andrea Cerrato, Presidente di Piemonte Incoming, la Federazione dei Consorzi Turistici del Piemonte; Piero Contaldo, Presidente dell’Associazione IgersItalia; Umberto La Rocca, Direttore del quotidiano online Open; Luisa Piazza, Direttore Generale di VisitPiemonte; Angelo Pittro, Direttore di Lonely Planet Italia.

Gli autori premiati e i loro scatti su [visitpiemonte.com](https://www.visitpiemonte.com)





L' Ospitalità al Vs. servizio!

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

Portale web
www.federhotels.it

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

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



APP / WEB & TECH

Ecco Clubhouse, cos'è e come funziona il nuovo fenomeno social

Impazza la mania **Clubhouse**, un nuovo social network che potrebbe rivoluzionare il settore e, forse, il modo di comunicare sul web. Fondato all'inizio della pandemia nella Silicon Valley, la zona della baia di San Francisco diventata la capitale mondiale della tecnologia, questa piattaforma innovativa potrebbe presto farci salutare per l'ultima volta Facebook, Twitter e Instagram. Gli utenti attivi sono per ora solo due milioni, ma tra questi ci sono grandi star internazionali, a iniziare da Oprah Winfrey, la regina della tv e dei talk show americani. La comunità è in continua espansione, e promette di essere la piazza digitale più di tendenza del momento.

Che cosa è Clubhouse, il social dei messaggi vocali

Clubhouse è il nuovo social network sulla bocca di tutti. Letteralmente. A differenza dei concorrenti, che puntano su contenuti testuali e multimediali, come foto, infografiche e video, su Clubhouse è possibile [scambiare esclusivamente audio](#). Alla sua origine c'è anche il successo dei **messaggi vocali** di WhatsApp, che mettono insieme l'efficacia comunicativa di una chiamata e la potenza espressiva della voce umana, ma con la comodità logistica di un sms.

Gli utenti possono così chiacchierare, raccontare pezzi di vita o storie inventate, discutere degli argomenti più caldi, consolidare le proprie amicizie durante un periodo così difficile per la vita sociale o addirittura stringerne di nuove attraverso il solo **uso della voce**.

Come è possibile scaricare l'app di Clubhouse in Italia

È possibile scaricare Clubhouse in Italia solo se si possiede un dispositivo **Apple**, dunque un iPhone o un iPad. Il social network è ancora in fase closed beta. Significa che le sue funzioni possono essere valutate solo da un numero relativamente ristretto di utenti prima del rilascio della versione ufficiale e stabile dell'applicazione.

FONTE / quifinanza.it