



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2 - 3 - 4
CONVENZIONE NEXI- FEDERALBERGHI	PAG 5
ATTENZIONE CONTO CORRENTE COINTESTATO	PAG. 6
IATA TRAVEL PASS	PAG. 7
COME STA CAMBIANDO L'USO DEI SOCIAL MEDIA	PAG. 10 e 11
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG. 12 PAG. 18 e 19
	PAG. 8 e 9 Da PAG 13 a PAG 15 PAG 17
AZIENDE PARTNERS	Da PAG 22 a PAG a 25
TRIBUNA APERTA	PAG 16
PROPERTY PROMOTION ADS	PAG 20 e 21
LE 5 CHIAVI DEL MARKETING TURISTICO POST COVID	PAG. 24 e 25
VISITPIEMONTE	PAG 26 e 27

OVERVIEW

Coronavirus - proroga emergenza e riduzione misure di contenimento – decreto-legge 22 aprile 2021, n. 52

Il Consiglio dei Ministri, nella riunione del 21 aprile 2021, ha approvato un nuovo decreto-legge in materia di contenimento e prevenzione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19. Fatto salvo quanto previsto dal nuovo provvedimento, viene prorogata dal 1° maggio al 31 luglio 2021 la validità delle misure disposte con il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 2 marzo 2021. Pertanto, per tutto ciò che non sia espressamente ridisciplinato dal presente provvedimento valgono le previsioni contenute nel predetto dpcm.

Di seguito si riepilogano le misure di contenimento previste, per quanto di specifico interesse.

Spostamenti sul territorio nazionale (articoli 1 e 2)

Dal 26 aprile 2021 sono consentiti gli spostamenti in entrata e in uscita dai territori delle regioni e delle province autonome che si collocano nelle zone bianca e gialla.

Gli spostamenti in entrata e in uscita dai territori delle regioni e delle province autonome collocati in zona arancione o rossa sono invece consentiti ai soggetti muniti delle certificazioni verdi (vedi oltre).

Dal 1° maggio al 15 giugno 2021, nella zona gialla e, in ambito comunale, nella zona arancione, è consentito lo spostamento verso una sola abitazione privata abitata, una volta al giorno, dalle ore 5:00 fino alle ore 22:00 e nel limite di quattro persone ulteriori rispetto a quelle ivi già conviventi, oltre ai minorenni sui quali tali persone esercitano la responsabilità genitoriale e alle persone con disabilità o non autosufficienti conviventi. Lo spostamento non è consentito nei territori nei quali si applicano le misure stabilite per la zona rossa.

Si rammenta che il dpcm 2 marzo 2021 consente comunque gli spostamenti, anche dalle ore 22:00 alle ore 5:00 del giorno successivo e anche nelle zone rosse, motivati da comprovate esigenze lavorative o situazioni di necessità ovvero per motivi di salute. È sempre consentito il rientro presso il proprio domicilio, abitazione o residenza.

Inoltre, il transito sui territori in zona rossa è consentito qualora necessario a raggiungere ulteriori territori non soggetti a restrizioni negli spostamenti o nei casi in cui gli spostamenti sono consentiti.

Certificazioni verdi Covid-19 (articolo 9)

Viene definita "certificazione verde" la certificazione comprovante alternativamente:

- lo stato di avvenuta vaccinazione contro il SARS-CoV-2
- la guarigione dall'infezione da SARS-CoV-2
- l'effettuazione di un test molecolare o antigenico rapido con risultato negativo al virus SARS-CoV-2.

La certificazione verde di avvenuta vaccinazione ha una validità di sei mesi ed è rilasciata in formato cartaceo o digitale, su richiesta dell'interessato, dalla struttura sanitaria che effettua la vaccinazione e contestualmente alla stessa, al termine del prescritto ciclo.

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

Contestualmente al rilascio, la predetta struttura sanitaria, anche per il tramite dei sistemi informativi regionali, provvede a rendere disponibile detta certificazione nel fascicolo sanitario elettronico dell'interessato.

La certificazione verde di guarigione dall'infezione da SARS-CoV-2 ha una validità di sei mesi ed è rilasciata, su richiesta dell'interessato, in formato cartaceo o digitale, dalla struttura presso la quale è avvenuto il ricovero del paziente affetto da COVID-19, ovvero, per i pazienti non ricoverati, dai medici di medicina generale e dai pediatri di libera scelta, ed è resa disponibile nel fascicolo sanitario elettronico dell'interessato. La certificazione cessa di avere validità qualora, nel periodo di vigenza semestrale, l'interessato venga identificato come caso accertato positivo al SARS-CoV-2. Le certificazioni di guarigione rilasciate precedentemente alla data di entrata in vigore del decreto sono valide per sei mesi a decorrere dalla data indicata nella certificazione, salvo che il soggetto venga nuovamente identificato come caso accertato positivo al SARS-CoV-2.

La certificazione verde comprovante l'effettuazione di un test molecolare o antigenico rapido con risultato negativo al virus SARS-CoV-2 ha una validità di quarantotto ore dal rilascio ed è prodotta, su richiesta dell'interessato, in formato cartaceo o digitale, dalle strutture sanitarie pubbliche da quelle private autorizzate e accreditate e dalle farmacie che svolgono tali test ovvero dai medici di medicina generale o pediatri di libera scelta.

Servizi di ristorazione (articolo 4)

Dal 26 aprile 2021, nella zona gialla sono consentite le attività dei servizi di ristorazione con consumo al tavolo esclusivamente all'aperto, anche a cena, dalle ore 5:00 fino alle ore 22.00, nel rispetto degli specifici protocolli e dalle linee guida in vigore. Resta consentita senza limiti di orario la ristorazione negli alberghi e in altre strutture ricettive limitatamente ai propri clienti, che siano ivi alloggiati.

Dal 1° giugno, nella zona gialla, le attività dei servizi di ristorazione, svolte da qualsiasi esercizio, sono consentite anche al chiuso, con consumo al tavolo, dalle ore 5:00 fino alle ore 18:00, o fino a un diverso orario stabilito con deliberazione del Consiglio dei ministri, nel rispetto degli specifici protocolli e dalle linee guida in vigore.

Spettacoli aperti al pubblico (articolo 5)

A decorrere dal 26 aprile 2021, in zona gialla gli spettacoli aperti al pubblico in sale teatrali, sale da concerto, sale cinematografiche, live-club e in altri locali o spazi anche all'aperto sono svolti esclusivamente con posti a sedere preassegnati e a condizione che sia assicurato il rispetto della distanza interpersonale di almeno un metro sia per gli spettatori che non siano abitualmente conviventi, sia per il personale. La capienza consentita non può essere superiore al 50 per cento di quella massima autorizzata e il numero massimo di spettatori non può comunque essere superiore a 1.000 per gli spettacoli all'aperto e a 500 per gli spettacoli in luoghi chiusi, per ogni singola sala. Le attività devono svolgersi nel rispetto delle linee guida vigenti.

Restano sospesi gli spettacoli aperti al pubblico quando non è possibile assicurare il rispetto delle condizioni sopra previste, nonché le attività che abbiano luogo in sale da ballo, discoteche e locali assimilati.

Piscine, palestre e sport di squadra (articolo 6)

A decorrere dal 15 maggio 2021, in zona gialla sono consentite le attività di piscine all'aperto in conformità ai protocolli e alle linee guida adottati dalla Conferenza delle Regioni sulla base dei criteri definiti dal Comitato tecnico-scientifico.

A decorrere dal 1° giugno 2021, in zona gialla sono consentite le attività di palestre in conformità ai protocolli e alle linee guida adottati dalla Conferenza delle Regioni sulla base dei criteri definiti dal Comitato tecnico-scientifico.

A decorrere dal 26 aprile 2021, in zona gialla, nel rispetto delle linee guida vigenti, è consentito lo svolgimento all'aperto di qualsiasi attività sportiva anche di squadra e di contatto. È comunque interdetto l'uso di spogliatoi se non diversamente stabilito dai provvedimenti di contenimento.

**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

Prosegue da Pag.2 e 3

Fiere, convegni e congressi (articolo 7)

È consentito dal 15 giugno 2021, in zona gialla, lo svolgimento in presenza di fiere, nel rispetto dei limiti e delle modalità previsti dai provvedimenti di contenimento vigenti e dagli specifici protocolli e linee guida, ferma restando la possibilità di svolgere, anche in data anteriore, attività preparatorie che non prevedono afflusso di pubblico. L'ingresso nel territorio nazionale per partecipare a tali fiere è comunque consentito, fermi restando gli obblighi previsti in relazione al territorio estero di provenienza.

Le linee guida di cui sopra possono prevedere, con riferimento a particolari eventi, che l'accesso sia riservato soltanto ai soggetti in possesso delle certificazioni verdi Covid 19 di cui all'articolo 9.

Dal 1° luglio 2021, in zona gialla, sono altresì consentiti i convegni e i congressi, nel rispetto dei limiti e delle modalità previsti dai provvedimenti di contenimento e da protocolli e linee guida definiti con i medesimi provvedimenti.

Centri termali e parchi tematici e di divertimento (articolo 8)

Dal 1° luglio 2021 sono consentite in zona gialla le attività dei centri termali, nel rispetto dei limiti e delle modalità previsti dai provvedimenti di contenimento e da protocolli e linee guida definiti con i medesimi provvedimenti. Resta ferma l'attività dei centri termali adibiti a presidio sanitario limitatamente all'erogazione delle prestazioni rientranti nei livelli essenziali di assistenza e per le attività riabilitative e terapeutiche.

Dal 1° luglio 2021, inoltre, sono consentite le attività dei parchi tematici e di divertimento, nel rispetto dei limiti e delle modalità previsti dai provvedimenti di contenimento e da protocolli e linee guida definiti con i medesimi provvedimenti.

Proroga di termini relativi allo stato di emergenza epidemiologica da COVID-19 (articoli 10 e 11)

Viene prorogato lo stato di emergenza fino al 31 luglio 2021 e contestualmente la possibilità di adottare provvedimenti per contenere e contrastare i rischi sanitari derivanti dalla diffusione del virus COVID-19, su specifiche parti del territorio nazionale ovvero, occorrendo, sulla totalità di esso, per periodi predeterminati.

Viene inoltre prorogata fino al 31 luglio 2021 la possibilità di svolgere in videoconferenza, anche ove non previsto, le sedute degli organi collegiali delle associazioni private anche non riconosciute, delle fondazioni, nonché delle società, comprese le società cooperative e i consorzi.

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.

Attenzione al conto corrente cointestato: cosa si rischia ora

Attenzione ai **conti correnti cointestati**, perché in alcuni casi potrebbero riservare delle sorprese. Come si può infatti scaricare un pagamento effettuato da un conto corrente cointestato? Quali detrazioni spettano? Si scarica per intero o solo a metà? Secondo la giurisprudenza fino ad oggi vigente, nella stragrande maggioranza dei casi, per intero.

Secondo quanto riconosciuto da una **nuova sentenza**, invece, **solo a metà**. Decisione che pone non pochi problemi. Se questo orientamento dovesse affermarsi, sarebbero a rischio diverse detrazioni fiscali, soprattutto gli oneri deducibili, cioè le spese fatte valere in dichiarazione dei redditi che abbattano l'imponibile Irpef, o quelli detraibili, cioè l'imposta da pagare.

Cosa dice la nuova sentenza sui conti correnti cointestati e le detrazioni

Ad affermare la nuova linea è una recente sentenza tributaria che ha accolto la tesi sostenuta dall'Agenzia delle Entrate, in seguito a un caso particolare. Nel caso in questione, **il contribuente aveva detratto dall'Irpef un versamento per la previdenza complementare**, eseguito con bonifico effettuato dal conto cointestato con il coniuge.

Il pagamento effettuato, però, **era stato riportato nella dichiarazione dei redditi al 100%**, invece che al 50%. L'Agenzia delle entrate ha bloccato tutto, riconoscendo la deduzione fiscale solo nella misura del 50%. Così al contribuente è arrivata la cartella di pagamento per il recupero dell'altra metà della somma.

Il contribuente si è opposto, ma **il ricorso è stato respinto**. La Commissione tributaria provinciale di Perugia ha ritenuto che la persona in questione non aveva dimostrato la provenienza e la titolarità esclusiva delle somme utilizzate per il pagamento, così che per il principio di contitolarietà delle quote in capo ai cointestatari (il 50% ciascuno) la deducibilità è stata riconosciuta solo a metà.

Perché la nuova sentenza sui conti cointestati viene contestata

Come spiega ancora La Legge per Tutti, ciò che appare quantomeno strano è che in questo caso **era comunque stato rispettato il principio della tracciabilità dell'operazione e della sua riconducibilità al contribuente** che l'aveva effettuata. In questi casi, la stessa Agenzia delle Entrate ammette la detraibilità delle varie spese sostenute dal contribuente o da un suo familiare a carico, con l'unica regola che il suo nominativo compaia nel documento fiscale, come la fattura.

Per questo, nulla vieterebbe ad uno dei coniugi di usufruire interamente delle deduzioni o detrazioni spettanti, riportandole nella propria dichiarazione dei redditi, se è stato lui a sostenere effettivamente la spesa.

Iata Travel Pass, il debutto ufficiale a metà aprile

Ha debuttato ufficialmente a **metà aprile** [Iata Travel Pass](#). Dopo le prime sperimentazioni, l'International Air Transport Association ha annunciato il **lancio ufficiale dell'app** pensata per far ripartire in sicurezza il traffico aereo internazionale.

L'applicazione è **disponibile inizialmente per dispositivi iOS**. Successivamente, sarà rilasciata anche la versione per Android.

Come funziona

"L'applicazione – ha spiegato a [TravelMole](#) **Kamil Alawadhi**, regional vice president Africa e Medio Oriente - raggiungerà la sua piena efficacia solo quando compagnie aeree, diversi Paesi e aeroporti l'avranno adottata".

Su Travel Pass ogni passeggero potrà caricare in modo sicuro **dati riguardanti i test Covid o l'avvenuta vaccinazione** da esibire durante le procedure di imbarco.

Tra i vettori che hanno già abbracciato il progetto della Iata ci sono Air Baltic, Air New Zealand, All Nippon Airways, Hong Kong Airlines, Malaysia Airlines, Rwandair e Virgin Atlantic.

FONTE /www.ttgitalia.com



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

Come sta cambiando l'uso dei social media

I social media sono esplosi in poco tempo e dal primo lockdown ancora di più.

La pubblicità offline è stata sostituita da post, newsletter e ads a pagamento.

Oggi il tuo hotel deve essere consapevole di ciò che sta accadendo e misurarsi con queste nuove piattaforme, sfruttandole per il proprio business.

Il turning point

Con così tanti iscritti, è stato automatico il passaggio del marketing aziendale da offline ad online, con l'intento comune di tutti i marchi di guidare gli utenti sul proprio sito web. Come tutte le cose c'è sempre il classico momento di 'turning point': nonostante la piena diffusione della digitalizzazione, la smodata sponsorizzazione, a volte asettica, dei brand sta portando oggi a un nuovo tipo di approccio dell'utente. Le persone sono stanche di essere sommerse di pubblicità, vogliono vedere il valore che c'è dietro un'azienda, vogliono vedere te!

Quindi, come stanno cambiando esattamente i social media e cosa deve fare il tuo hotel per stare al passo? Com'è l'uso dei social media oggi?

Un fatto da sottolineare subito è che il 98% degli utenti di internet è già attivo sui social media. Questo significa che non c'è fondamentalmente un nuovo pubblico a cui espandersi e le opportunità attuali sono quelle con cui dovete lavorare, quindi l'ottimizzazione è fondamentale.

Altre statistiche evidenziano invece che gli utenti trascorrono 2 ore e 15 minuti al giorno sui social media o un terzo del loro tempo online. Il 70% dell'uso dei social media avviene su app per cellulari, il 22% su desktop e l'8% su web mobile. Il 40% delle persone ottiene le proprie notizie dai social media.

Il social selling è una priorità solo per l'8% dei venditori, eppure quasi il 60% delle persone segue i marchi sui social media. Tra i giovani tra i 18 e i 34 anni, tra il 43 e il 48% segue i marchi sui social media perché è interessato all'acquisto di prodotti.

Le persone usano i social media per cinque motivi principali:

- ◆ rimanere in contatto con amici/famiglia
- ◆ seguire notizie/eventi attuali
- ◆ ammazzare il tempo
- ◆ per l'intrattenimento
- ◆ per il social networking

Come sta cambiando la vita di un social media marketer di un hotel?

Anche se il 77% dei marketer usa almeno una piattaforma di social media per scopi di marketing, meno della metà (48%) dice di vedere un ritorno sugli investimenti da questa strategia. Ci sono alcune ragioni per questo: Facebook ha introdotto modifiche all'algoritmo per visualizzare meno post aziendali e dare priorità ai contenuti di amici e familiari.

Circa il 60% della Gen-Z (la coorte successiva ai millennial) è preoccupata per la propria privacy online. Twitter cancella milioni di account sospetti quasi ogni giorno.

Instagram si è allontanato dall'algoritmo cronologico, "paralizzando" di fatto le piccole imprese.

Il 74% dei millennial e della Gen Z ha affermato di essere infastidito dal brand targeting nei loro feed dei social media, e il 56% ha ridotto o smesso di usare i social media interamente a causa di questo.

Poiché è sempre più difficile per i marketer ottenere risultati dai social media, la concorrenza è feroce e i marchi stanno lottando duramente per far sentire la loro voce, ma questo potrebbe avere l'effetto opposto sul targeting di mercato.

Quindi è chiaro che una buona strategia di contenuti deve ora consistere in qualcosa di più che condividere un blog e assicurarsi che le persone vedano il tuo marchio. Dato che ora è più difficile attirare l'attenzione delle persone, bisogna farlo in modo significativo.

FONTE www.hotelnerds.it



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

01/2019/01
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!

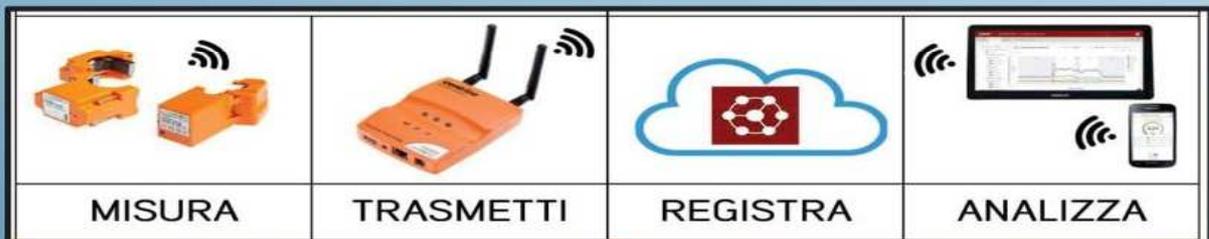
Inizia a capire e a risparmiare.

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

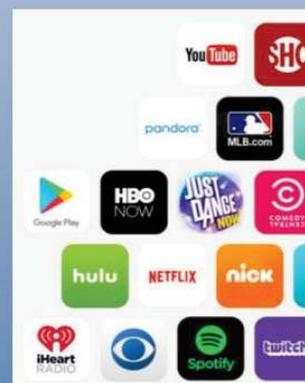
commerciale@crollatelecom.it



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: Volevo chiedere direttamente a voi l'esclusione o meno del contributo 0,5% per i rinnovi dei contratti a tempo determinato previsto dalla L. 160/2019 nel settore alberghiero e ristorativo.

Siccome la circolare 91/2020 inps fa riferimento alle attività stagionali considerate tali dagli avvisi comuni e da ccnl stipulati entro il 31/12/2011 chiedo se si rientra nella casistica utilizzando il ccnl turismo



Risposta:

Nella circolare dell'agosto 2020 sono state puntualmente spiegate tutte le ipotesi di esonero dal contributo addizionale e dalla maggiorazione per i rinnovi.

Se il contratto è stagionale vi è l'esonero. Per intenderci, dal 2021, anche per i contratti stagionali di cui all'articolo 83 del nostro CCNL, stipulati in seno ad aziende ad apertura annuale, sono esonerati.

Quesito: Mi spiegate meglio il Credito di imposta per le imprese ricettive?

Risposta:

per le imprese ricettive il credito di imposta sui canoni di affitto è applicabile da marzo 2020 ad aprile 2021 se annuali, e da aprile 2020 ad aprile 2021 se stagionali. Inoltre, il decreto-legge n. 23 del 2020 (cosiddetto decreto "liquidità") ha previsto, in favore delle imprese operanti nei settori alberghiero e termale che non adottano i principi contabili internazionali, la possibilità di rivalutare in modo gratuito sia i beni che le partecipazioni in imprese controllate e collegate, risultanti dal bilancio dell'esercizio in corso al 31 dicembre 2019.

FAQ FEDERALI

Quarantena: se un cliente decidesse di venire nonostante la normativa, come deve essere organizzata la quarantena in albergo?

Le raccomandazioni da seguire per chi è sottoposto alla sorveglianza sanitaria e all'isolamento fiduciario vengono date dalla azienda sanitaria competente per territorio, alla quale i soggetti in arrivo in Italia devono comunicare l'ingresso. In ogni caso ti invio le raccomandazioni dell'Istituto superiore di sanità.

Le regole vigenti in caso di stranieri che vengano in Italia sono valide fino al 30 aprile 2021. Non abbiamo ancora le disposizioni dallo 01.05.2021. Ci sono anticipazioni in tal senso? Non sappiamo cosa rispondere agli stranieri che ci contattano in questi gg.

Non sappiamo ancora se le disposizioni del Ministro della salute saranno prorogate.

Se dovessero permanere le stesse modalità: tampone in entrata, quarantena x 5 giorni e tampone in uscita fatto nelle 48 ore antecedenti la partenza; cosa succede se un cliente risultasse positivo al tampone richiesto alla partenza?

Se un cliente risulta positivo al tampone in partenza, l'azienda sanitaria competente per territorio darà le necessarie indicazioni. Le raccomandazioni da seguire sono comunque le stesse riportate nell'allegato.

Fino a che data non saranno permessi i banchetti?

Il dpcm 2 marzo 2021 vieta le feste nei luoghi al chiuso e all'aperto, ivi comprese quelle conseguenti alle cerimonie civili e religiose, fino al 31 luglio 2021.

Famiglie residenti in Hotel numerose: fino a che numero si può sedere alla stessa tavola se si è congiunti? Se non si è congiunti?

Si può sedere allo stesso tavolo anche in più di 4 persone se sono tutte conviventi. Se non sono conviventi, massimo 4 persone.



FEDERALBERGAM PROVINCIA
DEL VERDIANO 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.

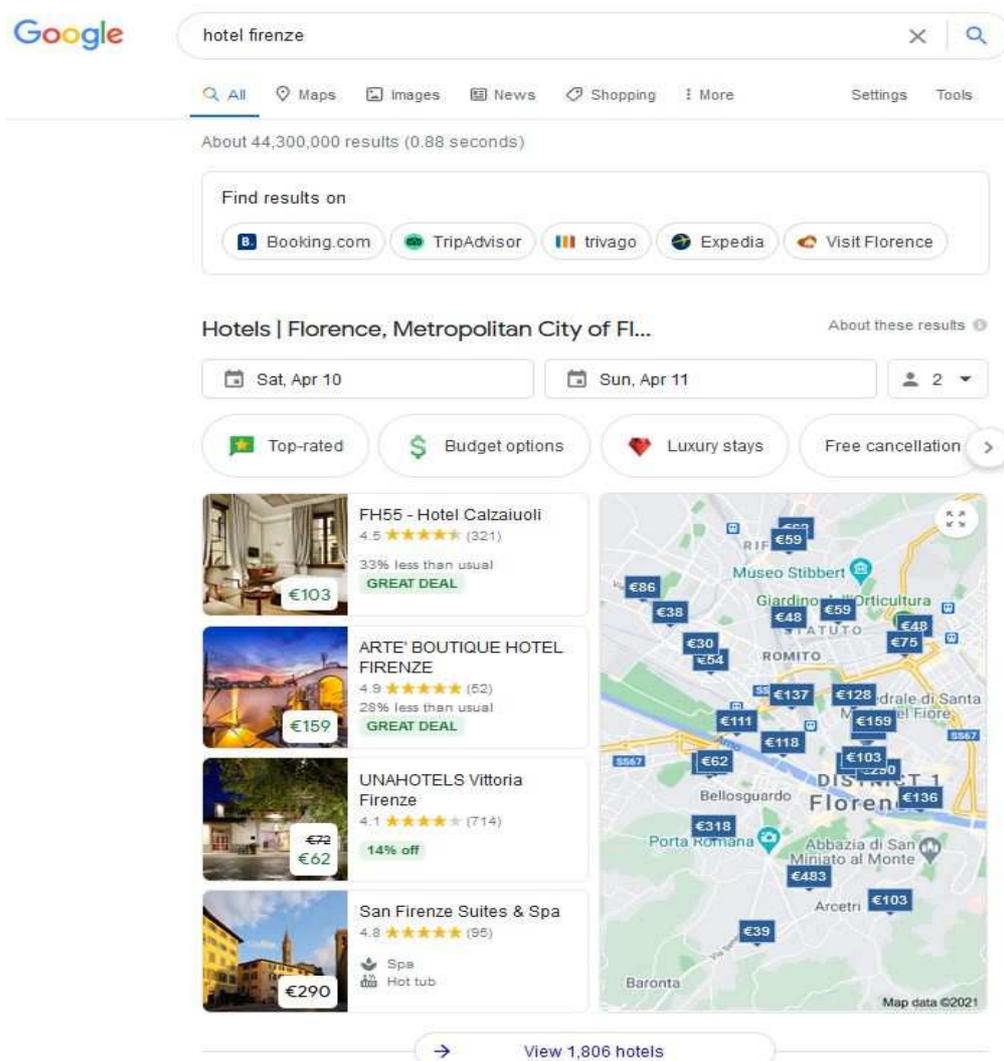


Property Promotion Ads – Google annuncia la distribuzione a livello globale

Avrete già sentito parlare degli **annunci di promozione della proprietà** di Google, dedicati agli albergatori che vogliono acquisire visibilità verso un pubblico che sta effettuando la ricerca di un alloggio in una determinata città o zona, ma che non ha ancora identificato esattamente l'hotel che vorrebbe prenotare. [Google ha annunciato la disponibilità a livello globale](#) di questa tipologia di campagne pubblicitarie e una nuova modalità di gestione. Vediamo insieme di cosa si tratta.

Cosa cambia : In realtà è già da circa un anno che queste inserzioni sono state introdotte. Avrete infatti già notato da tempo la presenza di annunci pubblicitari di alcune strutture visualizzati nei primi risultati di ricerca per località geografica. Ma allora cosa cambia? Prima di questo lancio, per attivare questo tipo di annunci era necessario un processo abbastanza lungo, che richiedeva diversi giorni e l'ottenimento di un'autorizzazione attraverso una white list. Da qualche giorno invece gli inserzionisti possono attivare e configurare offerte per la promozione di proprietà tramite l'interfaccia di Google Ads.

Dove vengono mostrate le inserzioni: Nella fase di programmazione del suo viaggio, un turista può digitare le parole chiave "hotel+[città]" e tra le prime entry apparirà il famoso [multi pack di Google Map](#), ovvero un pacchetto di 4 hotel, con descrizioni, immagini e mappe. Come si vede ad esempio nella seguente immagine, se cerchiamo sul motore di ricerca Google "hotel firenze" viene proposto un risultato organico:



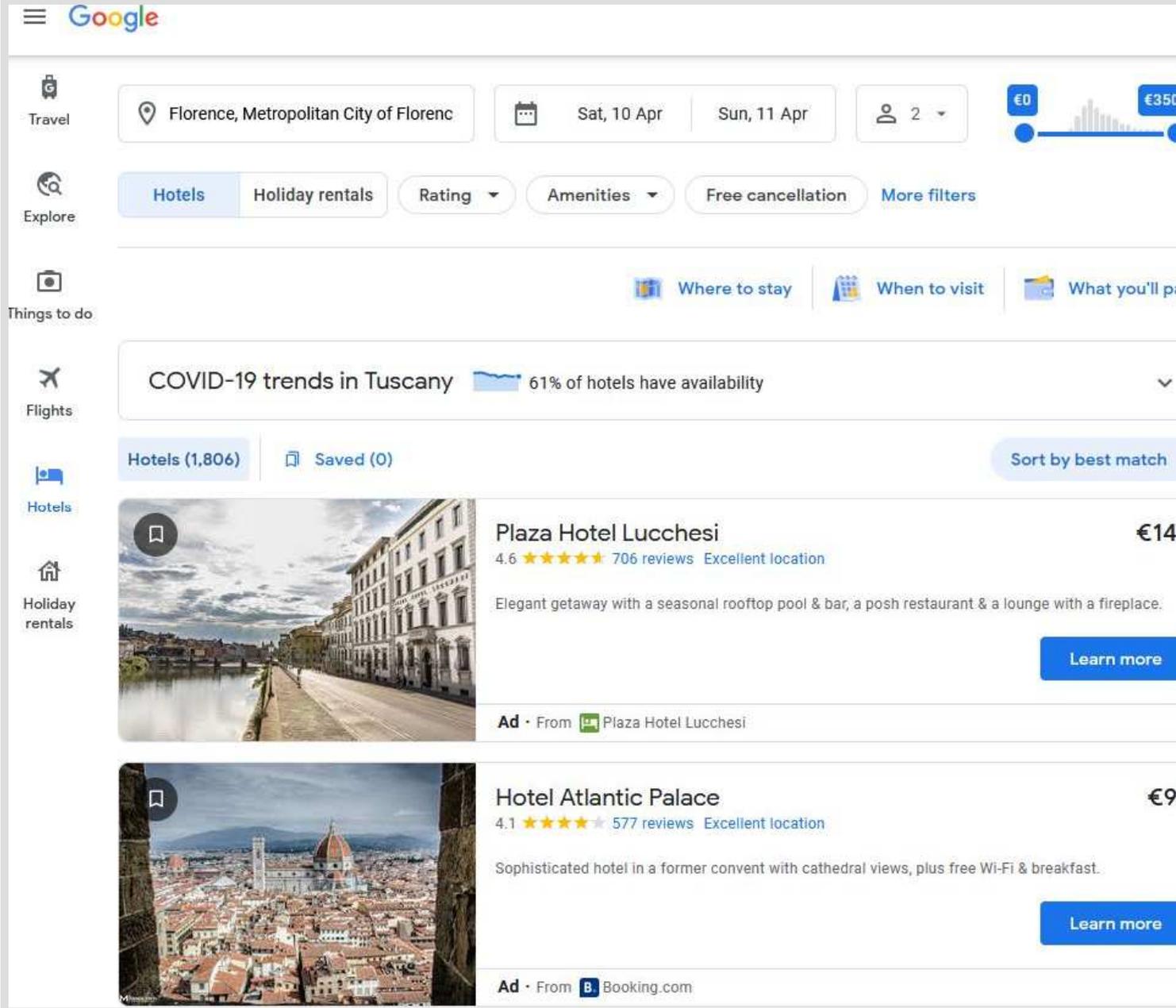
The screenshot shows a Google search for "hotel firenze". The search results include a multi-pack of hotels with the following details:

Hotel Name	Rating	Reviews	Deal	Price
FH55 - Hotel Calzaiuoli	4.5	321	33% less than usual GREAT DEAL	€103
ARTE' BOUTIQUE HOTEL FIRENZE	4.9	52	28% less than usual GREAT DEAL	€159
UNAHOTELS Vittoria Firenze	4.1	714	14% off	€72 €62
San Firenze Suites & Spa	4.8	95	Spa Hot tub	€290

On the right, a map of Florence shows the locations of these hotels with price tags: Museo Stibbert (€59), Giardino (€48), Orticultura (€59), ROMITO (€48), idrale di Santa (€128), M (€159), DIS (€103), Bellosguardo (€136), Porta Romana (€318), Abbazia di San Miniato al Monte (€483), Arcetri (€103), Baronta (€39).

At the bottom, there is a button to "View 1,806 hotels".

Se poi ci si clicca sopra, si aprirà l'interfaccia **Google Travel**, in cui sarà possibile visualizzare gli alberghi della zona. Tra i primi due risultati di questa interfaccia, verranno inseriti proprio i cosiddetti **Property Promotion Ads**, contrassegnati con il termine "Ad". Nell'esempio di seguito potete osservare un annuncio attivato dalla struttura e uno pubblicato dall'OTA Booking.com.



The screenshot shows the Google Travel interface for a search in Florence, Italy, from Saturday, April 10th to Sunday, April 11th, for 2 people. The search results are filtered to show hotels. Two advertisements are visible:

- Plaza Hotel Lucchesi**: An advertisement from the hotel itself. It features a photo of the hotel building and a river. The rating is 4.6 stars based on 706 reviews, with an "Excellent location" badge. The price is €14. The description highlights an elegant getaway with a rooftop pool, restaurant, and lounge.
- Hotel Atlantic Palace**: An advertisement from Booking.com. It features a photo of the city of Florence from a high vantage point. The rating is 4.1 stars based on 577 reviews, with an "Excellent location" badge. The price is €9. The description mentions sophisticated hotel in a former convent with cathedral views, free Wi-Fi, and breakfast.

Benefici: [Come sottolineato da Google](#), le strutture beneficeranno di una grande visibilità, proprio nel momento in cui un viaggiatore sta decidendo in quale hotel albergare nella zona. Per le catene alberghiere sarà anche possibile scegliere quale proprietà mettere in evidenza. Altro vantaggio è che nel caso di metodologia Cost per Click, il costo della pubblicità verrà conteggiato solo nel momento in cui l'utente sarà reindirizzato sul sito web della struttura. Questo tipo di pubblicità ha l'obiettivo di creare **brand awareness**, quindi agisce sulla parte media del funnel di conversione e può non portare direttamente e immediatamente a delle prenotazioni.

Come fare per attivarle : Tutti gli inserzionisti che hanno campagne HPA attive, saranno idonei alla pubblicazione. Sarà necessario quindi avere a disposizione un account Hotel Center e un CRS integrato



FEDERALBERGH PROVINCIA
DEL VERRIANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!



La felicità è anche rilassarsi in un giardino libero dalle zanzare

Immagina questo momento di relax e di piacere per i tuoi clienti vissuto in un giardino infestato dalle zanzare.

Sarebbe possibile?

Per liberarti dalle zanzare in giardino la soluzione si chiama FreeZanz.



**MAXIMA
IMPIANTI**

Per la felicità dei tuoi clienti in giardino, rivolgiti al nostro installatore di zona:

Via Sant'Anna 23
28881 Casale Corte Cerro (VB)
Tel. 0323 - 1981355
www.maximaimpianti.com
info@maximaimpianti.com



348 78 18 341
info@soluzioniufficio.net



La passione per le bandiere è stata la scintilla da cui è partito tutto, e che da oltre quarantacinque anni continua a rendere uniche le nostre bandiere altamente artigianali.

La già ampia selezione di prodotti e servizi offerti da MMSU è onorata di arricchirsi della gamma di proposte della **Adria Bandiere** azienda affermata nel settore turistico, in quello nautico, nel settore sportivo e della pubblica amministrazione integrandosi a quello promozionale, annoverando tra i propri clienti sia aziende primarie sia singoli privati.

Ogni singolo articolo viene creato unendo l'esperienza artigiana, il costante sviluppo tecnologico e il continuo investimento economico, che consente la realizzazione di una gamma di prodotti altamente customizzati, originali e di elevata qualità.

Evadiamo la tua richiesta in 4 giorni lavorativi.

In occasione del lancio della gamma di prodotti vi proponiamo delle interessanti promozioni.

Richiedi un'offerta personalizzata

**MAUROMARINONE
SOLUZIONIUFFICIO**
www.soluzioniufficio.net

Seguici sui social





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.

Le 5 chiavi del marketing turistico ai tempi del Covid

È vero che oggi pensare al turismo e ai turisti è una cosa difficile, con gli **stop & go** che abbiamo vissuto e con l'ansia del cambiamento di "colore" non solo della nostra destinazione, ma anche delle regioni e i Paesi target. Tuttavia, si deve cominciare a pensare a come essere preparati quando diminuirà la portata della pandemia e i colori svaniranno, in modo che le persone, che oggi hanno un'enorme voglia di viaggiare e fare una vacanza (breve o lunga che sia), possano tornare a fare i turisti e scegliere la nostra destinazione.

Una destinazione o un operatore turistico che pensa di trovarsi in una **situazione di vantaggio** rispetto ai competitor, quando la domanda comincerà ad attivarsi, dovrà comunque considerare delle tendenze attuali del marketing e della promozione turistica e agire di conseguenza, per convertirsi nella prima destinazione o proposta turistica che il visitatore sceglierà dopo la chiusura pandemica.

Ormai è assodato che c'era un turismo pre-Covid, c'è il turismo durante il Covid e ci sarà il **turismo post-Covid**. Quando si riprenderà a viaggiare, quando avremo raggiunto un volume tale di vaccinazioni per cui sarà possibile tornare alla normalità, non dobbiamo assolutamente pensare che si ritornerà alla consueta maniera di fare, organizzare e proporre turismo.

Il mercato e la domanda si sono **evoluti**. Il Covid in sé non ha introdotto elementi di "disruption", semplicemente ha accelerato delle trasformazioni che erano già in essere.

La situazione del settore turistico in cui siamo piombati negli ultimi mesi avrebbe dovuto essere **un'opportunità per le destinazioni turistiche**, oltre che per supportare gli operatori, anche per reinventare ed adattare la proposta turistica e i propri prodotti, ma soprattutto per reinventare ed adeguare la strategia di promozione e marketing. In questo caso si dovrebbero seguire **cinque principi**, che vedremo nel dettaglio:

- 1. Attualizzare le strategie di marketing online**, aggiornando gli strumenti digitali e social
- 2. Riorientare e ridefinire la partecipazione a fiere** turistiche e rafforzare la presenza della destinazione e della sua offerta in incontri e azioni di promozione virtuali
- 3. Segmentare il mercato** e la domanda
- 4. Segmentare la proposta di prodotti** (della destinazione) per adeguarsi ai segmenti turistici (soprattutto a partire dagli stili di vita)
- 5. Emozionare, ispirare, commuovere** e mantenere con i potenziali turisti il contatto attraverso la comunicazione

Ci sono una serie di **tendenze** che esistevano già prima del Covid, ma che si sono consolidate nel 2020 e caratterizzeranno il 2021, come la digitalizzazione, la specializzazione della domanda, la tendenza per prodotti e destinazioni turistiche poco tradizionali e il bisogno di supportare gli operatori nella commercializzazione delle loro proposte, attraverso la promo-commercializzazione.

Tutte queste tendenze sono ormai fondamentali per far sì che le destinazioni continuino a **generare interesse** nei potenziali e futuri turisti, che in questo momento fremono per fare un viaggio e una vacanza quando la situazione sanitaria lo permetterà. Non possiamo dimenticare che oltre il 56% delle persone dichiara che, appena potrà, partirà per una vacanza.

Di conseguenza, una destinazione deve chiedersi se desidera catturare i primi potenziali turisti post-Covid, soprattutto perché la concorrenza ci sarà... e sarà dura e complicata. In questo senso, ci sono **alcune raccomandazioni e suggerimenti** da fare:

1. Incrementare il marketing online

Se l'online era già la principale fonte di informazione e ispirazione prima del Covid, adesso lo è ancora di più. Teoricamente anche prima del 2020, il marketing online doveva essere per le destinazioni il principale canale di promozione, ma adesso risulta essere essenziale ed indispensabile. Di conseguenza è fondamentale **attualizzare la strategia di comunicazione** della destinazione adattandola ai nuovi tempi e a ciò che richiedono i turisti. Ciò comporta anche attualizzare gli strumenti.

È assolutamente necessario sviluppare e mettere in atto strategie di marketing online focalizzate sui diversi mercati, nazionali ed europei, con una maggiore presenza sui social media e una **maggiore customizzazione**, personalizzazione e segmentazione dei messaggi. La comunicazione generalista non funziona più!

Senza dubbio, il Covid-19 ha accelerato l'uso dei social, ha fatto evolvere network già esistenti (ad esempio Instagram), ma ha anche portato allo **sviluppo di nuove piattaforme**. Non possiamo non tenere conto delle piattaforme che stanno guadagnando terreno nell'ultimo anno come TikTok o Twitch, senza dimenticare Clubhouse.

Una destinazione deve provare questi nuovi strumenti e vedere se funzionano. Nel caso in cui la risposta sia affermativa, dovrà continuare ad utilizzarli perché ciò permetterà di posizionarsi in **nuovi segmenti della domanda**. Non possiamo dimenticare che è necessario cercare nuovi turisti e nuovi mercati!

Ormai l'online è un canale fondamentale per la promozione turistica e, di conseguenza, si deve pensare di utilizzare i nuovi formati per la promozione come per esempio **le visite virtuali, gli itinerari Wikiloc, le Guide di Instagram** o anche fare dei podcast per promuovere l'enogastronomia, l'offerta culturale, ecc. della destinazione. I risultati ci dicono che le destinazioni che si sono già attivate in questa direzione stanno avendo interessanti ritorni.

2. Riorientare la partecipazione a fiere turistiche e scommettere su azioni di promozione virtuali

Le fiere turistiche continuano ad essere uno strumento valido, seppur abbiano oggi una modalità differente, in parte presenziale e in parte virtuale. Mettere in contatto gli operatori della destinazione e farla conoscere a tour operator, Pco ed agenti di viaggi continua ad essere l'essenza delle fiere turistiche. I buoni risultati e l'accettazione da parte del settore turistico delle nuove modalità di fiere e workshop in modalità telematica, così come gli incontri virtuali, fa sì che questa sia una strada da percorrere senza indugi.

Le destinazioni devono sforzarsi di mettere in contatto l'offerta con la domanda, considerando però che essa è adesso molto più specializzata a segmentata di com'era una volta (prima del Covid). Prevedere ed organizzare nei prossimi mesi delle attività virtuali, soprattutto in diversi mercati internazionali, è un imperativo per **mantenere il posizionamento** della destinazione e generare interesse nel mercato, magari per quando il turismo riprenderà.

Stabilire **riunioni B2B fra gli operatori della destinazione** con tour operator internazionali all'oggetto di generare possibilità future deve essere una priorità. Il turismo del post-Covid comporterà dei cambiamenti, ma non si può pensare di fare promozione solo dopo. È fondamentale essere nel mercato anche adesso, seppur le possibilità di avere flussi turistici internazionali (sia europei che intercontinentali) nell'immediato sia scarsa. Gli operatori sono focalizzati sul momento attuale, ma è **compito della destinazione preoccuparsi già del domani**.

FONTE mobile.tgitalia.com



Turismo 2020: Piemonte primo in Italia per le recensioni online

Arrivi e presenze ridotti di oltre il 50 per cento, con punte del 67% per il turismo internazionale, in linea con le rilevazioni nazionali, ma con una parziale ripresa nei mesi di agosto, settembre e ottobre, grazie all'ottima iniziativa dei Voucher Vacanza "Sei nostro ospite 2 notti su 3" della campagna #RipartiPiemonte, con 32 mila coupon venduti che hanno portato sul territorio più di 345.000 presenze e una ricaduta di oltre 45 milioni di euro. Segnali positivi arrivano anche dalle buone performance nelle recensioni online sulla ricettività e la ristorazione piemontese, che registrano un "sentiment" superiore alla media italiana, con il record di Langhe Monferrato Roero (89,9/100) e dalla tenuta delle imprese del settore, che nel 2020 non ha visto aumentare le cessazioni di attività. L'estate ai laghi ha mantenuto sostanzialmente la quota 2019 di turisti italiani e, in generale, nelle strutture extralberghiere piemontesi la presenza di giovani fra i 19 e 24 anni è aumentata di circa il 6,5%. Questo, in sintesi, **il bilancio della stagione turistica 2020 in Piemonte** redatto dall'Osservatorio Turistico Regionale che opera in VisitPiemonte.

I risultati ribadiscono sostanzialmente i numeri provvisori presentati nel febbraio scorso: Torino città, come molti centri d'arte, risulta più colpita dalla crisi del turismo innescata dalla pandemia, mentre l'impatto è stato più leggero sulle valli del Cuneese e di Biella-Valsesia-Vercelli.

"I dati definitivi confermano che il 2020 è stato un anno difficile per il turismo piemontese, **una crisi senza precedenti a cui abbiamo cercato di reagire con il massimo sforzo possibile**, attraverso tutte le iniziative di RipartiTurismo. Dai bonus a fondo perduto per le attività ricettive alberghiere e extralberghiere, ai voucher vacanza; dai sostegni ai Consorzi turistici e alle Agenzie Turistiche Locali, al programma integrato di marketing turistico, fino al bonus ai maestri di sci alpino e di snowboard. Tutte risorse economiche che hanno rappresentato una boccata di ossigeno per gli operatori del settore e per i professionisti della montagna – commentano il presidente della Regione Piemonte **Alberto Cirio** e l'assessore alla Cultura, Turismo e Commercio **Vittoria Poggio** - Nel bilancio preventivo 2021 i fondi stanziati per il turismo sono notevoli e ammontano complessivamente a 35 milioni di euro, ma contiamo di trovare ulteriori supporti nel Recovery Plan, nei progetti per i fondi europei scritti con il territorio, che saranno la benzina da mettere nel motore del Piemonte, e con il dossier di candidatura come [Regione Europea dello Sport 2022](#) presentato a Roma lo scorso 12 aprile".

Le statistiche consuntive dei movimenti turistici del 2020 in Piemonte confermano la forte riduzione della domanda, pari a -53% di pernottamenti e -57% degli arrivi rispetto al 2019: in valore assoluto, circa 6.971.000 pernottamenti e 2.314.000 arrivi. Nel 2020 il Piemonte ha perso oltre la metà dei movimenti complessivi, dove la componente **internazionale** ha subito un calo del 67% degli arrivi e del 63% dei pernottamenti e il mercato italiano ha visto -51% di arrivi e -46% di presenze. L'eccezionalità dell'anno 2020 non ha bloccato il consolidamento della registrazione delle locazioni turistiche: dalle quasi 3.000 locazioni registrate negli ultimi mesi del 2019 alle oltre 5.300 risultate disponibili sul mercato almeno un giorno nell'anno scorso. Approfondendo i dati della domanda, emerge che in seguito alla maggiore perdita dei movimenti dall'estero, le quote degli arrivi e delle presenze generate dagli ospiti **nazionali** siano aumentate passando da 61% al 69% e da 56% al 65% rispettivamente confermando la riduzione dell'internazionalizzazione del turismo regionale.



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 Verbano Cusio Ossola**, l'organizzazione rappresentativa delle imprese turistico-ricettive che operano sul territorio provinciale. Possono assumere la qualità di "Associato" le imprese alberghiere, qualunque sia il livello e la categoria a cui appartengono, nonché le imprese ricettive extralberghiere che, per attrezzature o strutture, 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.”



Dalla Germania, che rappresenta ancora il primo mercato estero del Piemonte, è stato perso il 60% degli arrivi e il 58% delle presenze. Seguono il Benelux e la Svizzera: quest'ultima fa scendere la Francia al quarto posto. Tra i Paesi esteri, il Belgio è l'unico che ha portato un calo di viaggiatori inferiore al 50%, con -48% di arrivi e -46% di pernottamenti. Dal punto di vista delle provenienze italiane, i turisti lombardi si riconfermano comunque i più numerosi - dopo i movimenti turistici interni - con "solo" il -37% di arrivi e il -30% di pernottamenti. A seguire, i movimenti dalla Liguria. Dall'inizio della pandemia, agosto è stato il mese con più arrivi e presenze e con una perdita meno evidente

Durante il 2020, in coerenza con il calo dei movimenti turistici si è assistito ad una riduzione sostanziale del numero di **recensioni on-line dei visitatori**. Eppure il **sentiment complessivo** registrato in Piemonte, comprendente ricettività, ristorazione e attrazioni, pari a 87,7/100, è **risultato migliore rispetto al totale in Italia**, che è pari a 87,1/100. Tuttavia, è nel comparto ricettivo che si rileva la maggiore differenza: 88,9/100 per il Piemonte contro 87,1/100 per l'Italia. Torino e la prima cintura, presentano un indice pari a quello italiano.

PIEMONTE ITALY
THE PLACE TO EXPERIENCE

WWW.VISITPIEMONTE.COM