



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



OVERVIEW

SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
CONVENZIONE NEXT-FEDERALBERGHI	PAG. 3
RAPPORTO SULLA RISTORAZIONE IN ALBERGO	PAG. 6 e 7
DIGITAL MARKETS ACT	PAG 10 - 13
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 14 PAG 20
AZIENDE PARTNERS	PAG 4 e 5 PAG 8 e 9 Da PAG 15 a PAG 17 PAG 19 PAG 21 PAG 24 e 25
TRIBUNA APERTA	PAG 18
TARGHE ESTERE SENZA PIU' LIMITI IN ITALIA	PAG 22 e 23
TASSE E CUNE FISCALI	PAG. 26 e PAG. 27
VISITPIEMONTE	PAG 28
INFORTUNIO DEL TIROCINANTE	PAG 29
CONSORZIO MAGGIORE	PAG 30
APP & DINTORNI	PAG 31

È piemontese il primo gin al Gorgonzola

Ispirato a San Lucio, patrono dei caseari e del gorgonzola, sbarca ufficialmente nel mondo della mixologia **Lucius Dry Gin**, distillato in cui il protagonista assoluto è il re dei formaggi DOP dell'area piemontese-lombarda. Tagliato, sciolto o spalmato, il gorgonzola conosce da sempre un'inestimabile fortuna nella cucina italiana e ora entra per la prima volta nel mondo degli spiriti.

L'idea nasce da tre giovani piemontesi, **Alessandro Belletti, Alessandro Romussi e Fabio Mainini**, fondatori della startup **Alfa Spirits**. Dopo diversi mesi di studio e di esperimenti condotti con passione, Alfa Spirits è riuscita a valorizzare una delle eccellenze del **territorio piemontese-lombardo**, oggi prodotta per più del 60% nel novarese, provincia di origine della società. Trovato il miglior modo per distillare il gorgonzola, si sono ricercate le botaniche che permettessero di ingentilirne al meglio il sapore, componendo un mix raffinato, intrigante e spensierato. Per poter creare un gin il più possibile piemontese, si è utilizzato il **ginepro** che cresce naturalmente sulle montagne della **Val d'Ossola**, punta settentrionale della regione che guarda verso la Svizzera.

Questa varietà è caratterizzata da un gusto particolarmente aromatico e da intense note resinose che ben si accompagnano ai sapori forti del gorgonzola. Grazie alla collaborazione con raccoglitori locali e con aziende agricole biologiche, Alfa Spirits sostiene l'utilizzo consapevole delle risorse naturali attraverso un accurato procedimento di raccolta manuale. A far da legante ai due ingredienti principali sono stati aggiunti alla ricetta **muschi e licheni**, botaniche inusuali nel mondo del gin ma che, grazie a note sia erbose che legnose, permettono di conferire al prodotto un sapore più complesso in grado sfumare i contorni, di armonizzare, senza coprire gli altri elementi.

Nel VCO ad ospitare il lancio è stato "L'Estremadura Cafè" di Verbania. Nell'ambito della serata è stato possibile conoscere il prodotto sia attraverso i racconti dei tre inventori sia attraverso i nuovi e originalissimi cocktail inventati per l'occasione da Cinzia Ferro.

Lucius Dry Gin è ufficialmente entrato nell'immenso mondo della mixologia prestandosi allo stesso tempo ad essere degustato in purezza o ad essere miscelato in cocktail sia da **aperitivo** che da **after dinner**. E perchè non provarlo in cucina? Sul sito internet della società (www.alfaspirits.it) i più curiosi potranno già trovare originali consigli "da bere" e "da mangiare" ideati ad hoc da noti chef e bartender.



FONTE / www.vconews.it/

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO



L'ospitalità al Vs. servizio !

nexti
XPay
HOTEL



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

ACCETTARE PAGAMENTI
ONLINE NON È MAI
STATO COSÌ FACILE!

**CANONE
ZERO**

SCEGLI XPAY PER IL TUO
HOTEL A CANONE ZERO

IN ESCLUSIVA PER GLI ASSOCIATI
FEDERALBERGHI IL CODICE
PROMOZIONALE XPAY PRO HOTEL
NEXI4TOURISM

XPAY PRO HOTEL

Canone mensile

0 €

Commissione*

1,40 %

Costo a transazione
e-commerce

0,10 €

Per le condizioni contrattuali si rimanda ai Fogli Informativi disponibili sul sito www.nexti.it

* È prevista l'applicazione di una commissione di acquiring in euro inclusiva del programma Protection Plus: 7,5 € una tantum + 2,5 € mese

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.





5stelle
native cloud pms

Ospitalità riflessa.

L'essenza dell'ospitalità è il benessere. E il benessere dell'ospite passa attraverso il benessere di chi lo accoglie. Noi lavoriamo per questo. Ecco perché 5stelle* oggi è molto più di un semplice gestionale cloud: PMS, Booking Engine, Channel Management, Payment Gateway, CRM, BI, POS per la ristorazione, Housekeeping. 5stelle* oggi è una suite completa di strumenti che facilita in modo decisivo il lavoro e la collaborazione di tutto lo staff dell'hotel. I riflessi positivi di chi lavora bene e in armonia non tardano a trasmettersi agli ospiti. Ospitalità riflessa: così si chiude il cerchio del valore.

www.hotelcinquestelle.cloud

COMUNICATO STAMPA

MANGIARE IN HOTEL, VIAGGIO INTORNO A UN MONDO CHE CAMBIA FEDERALBERGHI PRESENTA A PARMA IL “RAPPORTO SULLA RISTORAZIONE IN ALBERGO”

BOCCA: “UN PEZZO FORTE DEL NOSTRO SETTORE PER FABBRICARE FUTURO”



Viaggio intorno all'universo della ristorazione negli hotel, ovvero un mondo che cambia, si evolve e racconta le sue tendenze all'interno di un'impresa che non si ferma mai: l'albergo.

Come il pianeta della ricettività va adeguandosi e rinnovandosi in tema di food & beverage? Quali sono i punti di forza delle imprese in questo ambito rispetto alle nuove esigenze del turista di oggi? E' il fil rouge dal quale ha preso corpo la ricerca condotta da Federalberghi e basata su interviste mirate fatte a circa 1300 imprenditori del settore, rilevando le principali caratteristiche dei servizi enogastronomici offerti dalle strutture turistico ricettive.

“Rapporto sulla ristorazione in albergo”, è il titolo dell'indagine che viene presentata in anteprima proprio nella città di Parma, alla vigilia dell'apertura dei lavori della 72a Assemblée Generale della Federalberghi.

Dopo due anni di difficoltà dovuti alla pandemia, il gotha dell'hôtellerie italiana si incontrerà finalmente “in presenza” nella capitale italiana della cultura enogastronomica. Con il presidente Bernabò Bocca, che presenterà la relazione sull'anno turistico 2021, si alterneranno sul palco il Governatore dell'Emilia-Romagna Stefano Bonaccini ed il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia. Per il Comune di Parma sarà presente l'assessore per le Attività Produttive, Turismo, Commercio e Sicurezza Urbana, Cristiano Casa. Nel corso della giornata inaugurale è prevista inoltre la tavola rotonda, moderata da Andrea Pancani de La7, “Enogastronomia e turismo testimonial del brand Italia” cui parteciperanno accanto al presidente Bocca lo chef pluristellato Carlo Cracco, l'amministratore delegato di ENIT Roberta Garibaldi e il presidente della Fondazione Italiana Sommelier, Franco Maria Ricci.

“Siamo fieri di introdurre questo tema nella patria dell'enogastronomia – afferma il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca – Arriviamo qui a Parma a ridosso di Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione. Siamo nello stesso territorio e come imprenditori della ricettività siamo sempre più coinvolti da un pezzo importante del nostro settore, quello della ristorazione, che pretende grande cura e vive di contaminazioni assorbendo le innovazioni che si scoprono viaggiando in tutto il mondo. E' evidente che un'azienda alberghiera oggi si deve evolvere velocemente guardando alle esigenze mutate e mutevoli del turista del terzo millennio. La nostra indagine – prosegue Bocca - rivela che la gran parte degli intervistati intende potenziare e cambiare il servizio offerto tramite ristorante e/o bar. Le formule tecniche per procedere in questo senso sono svariate, l'importante oggi è operare il cambiamento. Con quello che rappresenta il nostro lavoro – conclude Bocca – noi ci sentiamo fabbricatori di futuro”.

Di seguito, le principali evidenze che emergono dalla ricerca di Federalberghi.

IL PIACERE DELLA BUONA TAVOLA IN ALBERGO – Da sempre, la buona tavola è uno dei tratti distintivi dell'ospitalità italiana. E, infatti, l'89% delle strutture ricettive italiane offre servizi ristorativi. Oltretutto, il 69%, li offre sia nella forma di bar che in quella di ristorante. E' una caratteristica che attraversa orizzontalmente il sistema ricettivo, dalla piccola struttura al grande albergo, con un'offerta diversificata che comprende i ristoranti stellati e le eccellenze diffuse, il servizio tradizionale e le formule innovative.

SUA MAESTA' IL BREAKFAST – Quando si parla di ristorazione in hotel non si può fare a meno di partire dalla prima colazione. L'offerta si è evoluta con il tempo: oggi è possibile fare una colazione leggera per poi affrontare al meglio la giornata di lavoro o fare una scorpiata di energie in vista di una lunga giornata da turista. Più della metà degli alberghi offre la colazione continentale, mentre il 40% ha optato per una formula mista che comprenda sia la continentale che la colazione all'inglese o all'americana. Non mancano esempi innovativi, con colazioni focalizzate sul prodotto locale di punta o con l'inserimento di show cooking.

L'IMPRESA CHE NON SI FERMA MAI - In albergo si va anzitutto per dormire. Ma mentre gli ospiti riposano, la macchina organizzativa continua incessantemente il suo servizio, perché ogni cliente ha il suo orario. C'è chi arriva tardi e chi riparte presto, chi si ferma solo per la notte e chi trascorre in albergo buona parte della giornata, chi chiede solo un letto e chi ha bisogno di tanti servizi, tra cui la ristorazione è al primo posto. Anni fa era stato il brunch a insinuarsi prepotentemente nella classica triade colazione-pranzo-cena. Oggi si sviluppano formule che rendono disponibile il servizio dalla mattina sino a sera tarda o addirittura 24 ore su 24. Le opzioni sono svariate: dal classico servizio in camera al kit per il fai da te e alla sempre più frequente offerta di spuntini disponibili per tutto il giorno. Iniziano a diffondersi anche nel nostro Paese le vending machine, già molto presenti all'estero.

IL TERRITORIO AL PRIMO POSTO - Il primo criterio per la scelta dei prodotti da mettere in tavola è la tipicità: gli albergatori dichiarano di utilizzare soprattutto prodotti locali. Al secondo posto viene l'attenzione per la sostenibilità, come testimonia la preferenza per l'offerta a chilometro zero e l'attenzione per i prodotti plastic free. L'albergo diventa il luogo d'incontro tra il desiderio di esperienze espresso dal turista, che desidera sempre più immergersi nella destinazione, e l'offerta enogastronomica del territorio, per la quale il turismo costituisce uno straordinario volano di sviluppo.

AL SERVIZIO DELLA CITTA' – L'albergo nasce al servizio dei forestieri, ma sempre più spesso si apre alla cittadinanza locale: il bar e il ristorante dell'albergo sono i luoghi ideali per incontrarsi: dalla colazione di lavoro alla cena con gli amici, passando per l'aperitivo, le feste di compleanno, il the delle cinque, e tante altre occasioni. Senza dimenticare i centri benessere, le sale riunioni, eccetera. In più del 75% dei casi, la struttura ricettiva si è munita delle autorizzazioni necessarie per somministrare alimenti e bevande anche ai clienti non alloggiati (72% per il bar e 80% per il ristorante). Nel rimanente 25%, il servizio è rivolto solo agli ospiti dell'albergo, ma molti tra questi si aprirebbero volentieri al pubblico esterno, se il comune lo consentisse.

INNOVAZIONE CONTINUA - Quasi il 60% dei rispondenti intende potenziare o cambiare il servizio offerto tramite il ristorante e/o il bar. Nei commenti è facile vedere che le modifiche vengono sempre fatte nell'ottica di cavalcare (e possibilmente anticipare) le nuove tendenze in voga tra i clienti. C'è chi intende inserire sempre di più prodotti locali, chi vuole offrire spuntini disponibili per tutto il giorno e chi vuole puntare su un menù di drink di valore.

NON SOLO UN SERVIZIO, MA UN RAPPORTO - Innovazione e flessibilità sì, ma senza mai dimenticare ciò che caratterizza l'offerta alberghiera in generale: il rapporto personale tra ospite e addetto. Ciò è ancora più vero se guardiamo all'offerta F&B. A chi non è mai capitato di chiedere consiglio al cameriere per quale sia il miglior piatto o il vino che si abbina meglio? Anima del servizio rimane quindi la persona e gli albergatori italiani non potrebbero non esserne più consapevoli: per questo il servizio al tavolo (94%) e al banco (48%) sono di gran lunga i più offerti.

A SCUOLA DI FOOD AND BEVERAGE – La relazione con il cliente non ammette improvvisazioni: c'è bisogno di personale preparato e sempre aggiornato. Per questo il 70% degli albergatori programma l'aggiornamento professionale e lo sviluppo delle competenze del proprio personale addetto al F&B.

ACCOGLIENZA SICURA – Durante la pandemia, i ristoranti degli alberghi hanno adottato procedure anti-contagio. Le più diffuse sono state: il distanziamento tra i tavoli (93%), l'adozione del buffet servito (70%) e la richiesta di prenotazione (46%). Ma la cosa più interessante è che alcune di queste modifiche sono qui per rimanere: la stragrande maggioranza di chi le ha implementate, intende mantenerle anche al termine della pandemia avendone apprezzato alcuni aspetti, come nel caso degli spazi all'aperto (95%) o di nuove modalità di pagamento (98%).

Il testo integrale del *Rapporto sulla ristorazione in albergo* è disponibile sul sito www.federhotels.it – sezione PUBBLICAZIONI

L'indagine è stata effettuata dal centro studi di Federberghi Nazionale nel periodo compreso tra l'11 e il 25 aprile 2022. Sono state effettuate 1.285 interviste, con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing).

Le domande poste sono state divise in 7 blocchi, ognuno volto ad indagare uno tra i seguenti aspetti: informazioni generali sui servizi di F&B in albergo, menù e servizi offerti, approvvigionamento delle materie prime, motivi e prospettive future del servizio, risposta alla pandemia, aggiornamento professionale del personale addetto al F&B, anagrafica dei rispondenti.

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



L'Ospitalità al Vs. servizio !

NOVITÀ 2021



Scopri subito uno strumento per ripartire...

A COSTO ZERO!

ERGO

Assicurazione Viaggi

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

CLICCA PER SCOPRIRE IL LINK

da inserire direttamente
sul sito della tua struttura
ricettiva.

**RISERVATO AGLI ASSOCIATI
FEDERALBERGHI VCO**

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

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

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

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

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

 **spinella
& tamini**
al sicuro oggi e domani

Digital Markets Act (DMA), c'è l'accordo tra Consiglio e Parlamento UE: le nuove regole

L'accordo tra il Consiglio e il Parlamento europeo sul Digital Markets Act rappresenta un ulteriore passo in avanti per la composizione di un quadro normativo utile a proteggere i cittadini UE da comportamenti abusivi online ed emettere sanzioni efficaci. Ecco come si intende limitare il potere delle bit tech.

Il **Digital Markets Act (DMA)** o "Accordo sui mercati digitali" ha come obiettivo principale quello di limitare i poteri dei "gatekeeper", altrimenti detti "guardiani", termine che nel suo significato più generale sta ad indicare quelle "entità che decidono cosa possa e cosa non possa passare attraverso un cancello o una porta", e capaci di influenzare i mercati digitali.

I dettagli dell'accordo tra Consiglio e Parlamento UE

Nella serata di giovedì 24 marzo 2022, è stato raggiunto un accordo tra Parlamento Europeo e Consiglio sul **testo del DMA**. A questo punto si ritiene sia improbabile che vengano apportate modifiche sostanziali, anche se esso dovrà essere sottoposto, in base all'iter legislativo, all'approvazione del Parlamento Europeo e del Consiglio, probabilmente già nel corso del 2023. Salvo sorprese, che non ci dovrebbero essere in quanto si tratta di un passaggio formale, trattandosi di un regolamento, il Digital Markets Act prevede che diventerà **direttamente applicabile in tutti i paesi dell'Unione sei mesi dopo l'entrata in vigore**, stabilita in venti giorni dalla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale.

Considerando che la bozza del Digital Markets Act è stata proposta per la prima volta nel dicembre 2020, i tempi per il raggiungimento di un'intesa sono stati estremamente brevi.

Un forte impulso è probabilmente derivato dal fatto che l'attuale presidenza francese alla guida del Consiglio ha puntato molto sull'approvazione in tempi brevi del regolamento per poter permettere al presidente francese Macron di rivendicare il successo nelle imminenti elezioni francesi, ma è anche vero che l'intesa raggiunta testimonia quanto l'Europa tenga in considerazione la **governance del mondo digitale**, quanto essa sia diventata una priorità per l'Unione Europea e conferma il ruolo leader assunto dall'Unione, dopo l'esperienza del **GDPR**, in qualità di legislatore e innovatore nell'ambito della regolamentazione del digitale.

Chi sono i gatekeeper: Questa definizione ha rappresentato un punto molto dibattuto all'interno dei negoziati per il raggiungimento dell'accordo. Il primo ad utilizzare il termine in maniera figurata fu lo psicologo Kurt Lewin nel 1947 nel suo libro "Frontiers in Group Dynamics. Human Relations" per descrivere il ruolo di una moglie/madre nel decidere quali cibi presentare in tavola. Nell'ambiente di Internet, i "gatekeeper" sono tradizionalmente gli "intermediari" tra chi accede ad Internet e chi offre contenuti nella rete. In generale, possiamo considerare "gatekeeper" tutti coloro che in Internet esercitano "il controllo dell'informazione che passa attraverso una porta (o gate)".

Tale controllo può esercitarsi in vari modi: nel rendere disponibile o meno una notizia (es su una testata giornalistica), nella cancellazione di una informazione (es. la rimozione di un post ritenuto "sconveniente), nelle attività esercitate da soggetti che forniscono l'accesso fisico alla rete (ISP) ma soprattutto, vista la complessità attuale del cyberspazio, nel permettere di trovare l'informazione (poichè essa è poca cosa se

non è visibile e raggiungibile), fino a comprendere tutte quelle attività esercitate da operatori che oggi hanno raggiunto un ruolo chiave nel controllo degli usi e dei comportamenti degli utenti finali, acquisendo quindi un grandissimo potere di mercato. Il nostro attuale ecosistema digitale ha visto infatti l'affermarsi, in un tempo relativamente breve, di pochi grandi operatori dotati di un potere economico senza precedenti, e di una capacità di controllo dell'informazione, i cui limiti non sono ancora ben definiti, vista la complessità del sistema, che si spinge fino alla capacità di condizionare l'utenza e di alterare la concorrenza. Come contrastare tale predominio e contemporaneamente tutelare i diritti e le libertà degli utenti? Negli ultimi anni è emerso chiaramente l'inadeguatezza dei tradizionali strumenti di intervento a tutela della concorrenza; si vedano ad esempio i numerosi procedimenti antitrust che hanno visto Google ripetutamente chiamata in causa dalla Commissione Europea.

Anche sulla base di queste esperienze, si comprende l'esigenza di trovare nuove forme di garanzie per l'esercizio delle libertà e dei diritti nel cyberspazio. La proposta del DMA si colloca proprio in questo contesto, con la novità di essere uno strumento normativo ex ante rispetto ai tradizionali strumenti normativi antitrust che sono per loro definizione ex post, ovvero "a posteriori" rispetto al verificarsi della condotta anticoncorrenziale. In tale ottica, il Digital Markets Act definisce in maniera chiara chi sono i gatekeeper soggetti alla norma. Già nella proposta iniziale, si definivano tali tutte quelle aziende con un fatturato di almeno 6,5 miliardi di euro, o con una capitalizzazione di mercato di almeno 65 miliardi di euro. Oltre a questo, dovevano offrire i propri servizi (motori di ricerca, social media, browser, app store, cloud, assistenti vocali, pubblicità online) a almeno 45 milioni di utenti finali mensili e 10.000 utenti business annuali. Il testo sul quale si è raggiunto l'accordo ha aumentato queste soglie prevedendo di includere nella definizione aziende con una capitalizzazione di mercato di almeno 80 miliardi di euro o un fatturato annuale di almeno 8 miliardi di euro.

Tali requisiti includono aziende del calibro di **Apple, Google, Amazon, Microsoft e Meta**. Esse vengono definite LoPs (Large Online Platforms) e la loro posizione di gatekeeper viene considerata presunta: spetterà a loro, eventualmente, l'onere di dimostrare il contrario. Esiste la possibilità di contestare la designazione di gatekeeper mediante una specifica procedura volta a consentire alla Commissione Europea di verificare la fondatezza della contestazione.

I LoPs vengono differenziati dai SMEs (Small and medium-sized businesses), soggetti minori all'interno del mercato digitale, spesso dipendenti dai LoPs stessi.



FONTE / www.tgitalia.com

Le nuove regole del Digital Markets Act : Molteplici sono le novità introdotte dall'accordo. Tra le principali, il divieto di preinstallare software importanti sui dispositivi, come nel caso del browser Google Chrome, affermando il diritto degli utenti di scegliere prodotti alternativi.

Le misure di interoperabilità sono un'altro importante elemento, secondo cui i social media e le app di messaggistica devono poter comunicare gli uni con gli altri: come è stato evidenziato da molti, questo è un passo importante per ridurre la dipendenza dalle grandi piattaforme on line.

I gatekeeper **non potranno** promuovere i loro prodotti o servizi a svantaggio dei concorrenti, riutilizzare i dati raccolti in un servizio ai fini di un servizio diverso, dare ai venditori l'accesso ai loro dati di prestazione marketing o pubblicitaria sulla piattaforma, obbligare gli sviluppatori ad utilizzare il **sistema di pagamento proprietario. Sono chiari i riferimenti ad Apple e a Google, che**, in varie indagini antitrust in Europa e Usa, sono accusate di dare priorità ai loro prodotti rispetto a quelli offerti dai concorrenti.

Inoltre, gli sviluppatori di software potranno rendere disponibili i loro prodotti senza obbligatoriamente dover vendere gli stessi attraverso gli store dei gatekeeper. Si pensi al caso di Apple, dove gli sviluppatori di SW, se vogliono vendere il proprio software agli utenti Apple, devono pubblicare i propri contenuti sull' App Store, un portale dedicato, in base alle regole dell'azienda di Cupertino, pagando una quota per l'adesione al programma ("Apple Developer Program") e dove, per ogni vendita effettuata, l'azienda trattiene il 15%.

Altro punto importante è il fatto che, in base alla norma, gli sviluppatori di software dovranno poter accedere alle funzionalità supplementari negli smartphone: si pensi ad esempio al caso di Apple e del chip NFC (o Near Field Communication), secondo cui l'azienda di Cupertino avrebbe intenzionalmente bloccato l'utilizzo di tale chip per impedire ai concorrenti di utilizzare il sistema di pagamento Apple Pay basato appunto su questa tecnologia.

Un punto controverso nei negoziati è stata la proposta di divieto di annunci pubblicitari mirati ("targeting advertisements"). Inizialmente, fu raggiunto un compromesso che includeva un divieto valido solo per i minori, nell'accordo attuale la norma vieta l'uso dei dati degli utenti per le inserzioni personalizzate, senza il loro consenso esplicito, e aggiunge tutele nel caso di minori.

Cosa succede a chi viola le regole

Le sanzioni per il mancato rispetto delle regole possono arrivare fino al 10% del fatturato e fino al 20% in caso di violazione ripetute. Inoltre la violazione sistematica delle norme potrà comportare misure straordinarie: se la violazione si verifica tre volte in otto anni, la Commissione Europea può avviare un'indagine e "imporre rimedi comportamentali o strutturali", come la vendita di asset aziendali (un esempio potrebbe essere WhatsApp nel caso di Meta) o il divieto di nuove acquisizioni.

Le critiche al Digital Markets Act

L'obiettivo del DMA è anche quello di superare la lentezza dei regolamenti ex-post, dove sono necessari anni per accertare le violazioni, preferendo un approccio ex-ante, dove gli obblighi devono essere rispettati a priori. Il timore, però, è quello di avere una normativa ex-ante che, per sua natura, è poco flessibile, vista la dinamicità del mercato digitale, ed eccessivamente complessa, e pertanto poco efficace, con l'ulteriore inconveniente di limitare fortemente la competitività e l'innovazione europea.

Altre critiche riguardano i parametri di definizione dei gatekeeper, ritenuti troppo sfavorevoli per le Big Tech americane. Apple si è detta "preoccupata" e Tim Cook, CEO di Apple, ha dichiarato che "la possibilità di scaricare le app anche da enti terzi distruggerebbe la sicurezza di iPhone". Anche Google ha ribadito la sua contrarietà al DMA, considerandolo discriminatorio nei confronti delle aziende americane, e di temere "rischi potenziali per l'innovazione". D'altro canto l'attuale presidenza francese lo ha definito "un testo innovativo e tanto atteso per garantire una concorrenza leale nei mercati digitali". Il commissario europeo per il Mercato interno, Thierry Breton ha dichiarato "Stiamo mettendo fine al cosiddetto Far West. Un nuovo quadro che può diventare un riferimento per le democrazie di tutto il mondo".

Dal canto loro sia **Wojciech Wiewiórowski (EDPS)** che l'**EDPB** avevano evidenziato nel 2021 come, "per garantire il successo dell'attuazione del pacchetto della legge sui servizi digitali della Commissione europea, fosse necessario prevedere una chiara base giuridica e una struttura per una più stretta cooperazione tra le autorità di controllo pertinenti, comprese le autorità di protezione dei dati, le autorità di protezione dei consumatori e le autorità della concorrenza", anche perché, secondo Wiewiórowski, "La concorrenza, la protezione dei consumatori e la legge sulla protezione dei dati sono tre aree inestricabilmente collegate nel contesto dell'economia delle piattaforme online. Pertanto, il rapporto tra queste tre aree dovrebbe essere di complementarità, non di attrito".

L'auspicio è quindi di riuscire a garantire un ambiente equo e sicuro per i consumatori e di avere un' "Europa adatta all'era digitale", come ha dichiarato la stessa Presidente della Commissione europea, Ursula von der Leyen. Ancora in discussione l'altro testo, il Digital Services Act (DSA) con il quale l'Unione Europea si pone l'obiettivo di regolamentare i contenuti delle grandi piattaforme internet.

Uno studio sulla distribuzione alberghiera condotto da Hotrec mostra che, tra il 2013 e il 2019, le quote di mercato delle Ota sono aumentate costantemente nel settore alberghiero europeo dal 19,7% al 29,9%. Allo stesso tempo, la quota di prenotazioni dirette è diminuita in tutta Europa di oltre 10 punti percentuali.

I tre principali attori del mercato delle travel agency rimangono Booking Holding, Expedia Group e, in misura minore, Hrs Group, con una quota aggregata del 92%; Booking è il player più influente, con il 68,4%.



COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



Riflessioni sul mercato energetico

Il costo della materia prima nel mercato energetico è legato a vari fattori tecnici e che rispondono a logiche di mercato globale e territoriale.

I singoli fornitori hanno visto diminuire negli anni della liberalizzazione i margini di profitto ed il range su cui operare si è ristretto, così come capita a tutti i mercati ormai maturi, è un fenomeno già visto nelle telecomunicazioni, pertanto i consumatori dovrebbero abbandonare la pia illusione di poter godere di grandi risparmi, quando anche facessero una scelta oculata ed azzeccata del fornitore ed ancor più del momento temporale di entrata su una singola offerta. Va tenuto conto del fatto che parliamo di ipotetici risparmi di nono più del 10% sul 35-40% del totale della fattura, salvo casi sporadici.

Sarebbe allora più opportuno porre l'attenzione sulla riduzione degli sprechi, sull'ottimizzazione dei consumi ipotizzando di investire in strumenti di monitoraggio e controllo di alcune variabili che incidono in maniera più significativa sul costo totale finale, adottando comportamenti virtuosi che permettano anche l'accesso ad incentivi e bonus, quali quelli sulla riduzione della CO2 , industria 4.0 ecc.

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.

INENERGY

GAS&POWER

L'energia sostenibile del tuo territorio

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

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

www.in-energy.it

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

ENERGIA

**100%
GREEN**

PRODOTTA DALLE CENTRALI
IDROELETTRICHE DELL' OSSOLA

info@in-energy.it

Numero Verde

800.188.569





SUPER BONUS 80% HOTEL DIGITALIZZAZIONE delle strutture alberghiere

Rientrano e possiamo fornirvi :



**Tv Hotel
IP Smart**



**Rete Wi-Fi innovativa
e banda larga Internet**

**Digitalizzazione
delle informazioni
all'Ospite in ottica Green**



**Digitalizzazione
processi**

**Integrazione
con i Software
di vari PMS**



Progettiamo e predisponiamo tutte le connessioni, formiamo lo staff all'utilizzo dei software e delle attrezzature, forniamo consulenza e assistenza.

Contattaci per avere maggiori informazioni

Tel. 0322 94 617

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:

il quesito verte sull'imponibilità ai fini Ires e Irap dei ristori automatici erogati a favore delle attività alberghiere con fatturato 2019 superiore a € 10 milioni sulla base dell'articolo 6 del DM 24 agosto 2021 n.243, tale decreto prevede, in presenza di determinati requisiti oggettivi (riduzione del fatturato 2020 rispetto al 2019), un contributo fondo perduto, sotto forma di ristoro automatico, a favore dei seguenti soggetti: agenzie di viaggio, tour operator, guide turistiche e accompagnatori turistici, imprese di trasporto turistico mediante bus scoperti, imprese turistico-ricettive, agenzie di animazione per feste e villaggi turistici.

Il dubbio ci è sorto perché per le categorie "agenzie di viaggio e tour operator" (articolo 3), "guide turistiche e accompagnatori turistici" (articolo 4) "agenzie di animazione per feste e villaggi turistici" (articolo 7) si esplicita quanto segue: " Il contributo non concorre alla formazione della base imponibile delle imposte sui redditi, non rileva ai fini del rapporto di cui agli articoli 61 e 109, comma 5, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica del 22 dicembre 1986, n. 917, e non concorre alla formazione del valore della produzione netta, di cui al decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446", mentre tale richiamo esplicito non viene fatto per le categorie "imprese di trasporto turistico mediante bus scoperti" e "imprese turistico-ricettive". In linea di principio riterremmo la non imponibilità prevista per i contributi a fondo perduto erogati in base ai decreti precedenti (Rilancio, Sostegni, Sostegni-bis, ecc.) anche questo ristoro automatico



Risposta:

L'articolo 6 del DM 24 agosto 2021 n. 243, al comma 2, richiama l'articolo 1 del decreto-legge 22 marzo 2021, n. 41, il cui comma 7 riporta quanto segue:

"Il contributo di cui al presente articolo non concorre alla formazione della base imponibile delle imposte sui redditi, non rileva altresì ai fini del rapporto di cui agli articoli 61 e 109, comma 5, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917 e non concorre alla formazione del valore della produzione netta, di cui al decreto legislativo 15 dicembre 1997, n. 446." Riteniamo pertanto che si tratti di una disposizione applicabile a tutti i ristori.



Già oltre un milione di ragazze e ragazzi, tra i 18 e i 35 anni, hanno attivato la Carta Giovani Nazionale per l'accesso ad agevolazioni e vantaggi! Tra le altre, si potrà usufruire di condizioni agevolate per i soggiorni presso le strutture ricettive disponibili su ItalyHotels.



Retalia

ASSOCIATION

- ASSOCIAZIONE DATORIALE TERRITORIALE -

RETALIA ASSOCIATION si sviluppa per conseguire obiettivi di crescita ed innovazione imprenditoriale attraverso lo scambio di informazioni, competenze, prestazioni e risorse.

In quanto Associazione Territoriale, riveste un ruolo maggiormente attivo nei confronti delle piccole e medie imprese, prefiggendosi però l'obiettivo di innalzare la competitività e la propria produttività degli associati a livello Nazionale.

In che modo si possono ottenere vantaggi a livello Nazionale con un'Associazione Territoriale?

In collaborazione con la G&L Group S.r.l. e con le Reti di Imprese da quest'ultima gestite, l'Associazione mette a beneficio degli associati molteplici servizi, opportunità ed agevolazioni.

In questo modo sarà possibile, per tutti i membri, accrescere la propria capacità innovativa e la propria competitività a livello Nazionale.



Corso Vigevano, 46 - Torino
segreteria@glgroupitaly.it
011 1988 7423 / 340 365 2459
www.glgroupitaly.it



Seguici anche sui social



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



L' Ospitalità al Vs. servizio!

Allegato A



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

PROMUOVIAMO LA SICUREZZA DELLE PERSONE IN ALBERGO

CONVENZIONE ASSOCIATI PER L'ACQUISTO DI UN DEFIBRILLATORE DAE



IREDEEM+
just in time

PHILIPS
Distributore ufficiale

Targhe estere senza più limiti in Italia: risparmi per tutti ed entrate fiscali a rischio

Apparentemente è solo una possibile stretta sulla platea dei prossimi incentivi auto. Ma l'esclusione delle imprese (e di tutte le altre persone giuridiche, tranne le società di car sharing) dai beneficiari dei contributi statali all'acquisto di vetture nuove, se confermata dal testo definitivo del Dpcm la cui bozza è stata [anticipata dal Sole 24 Ore](#), rischia di segnare una svolta negativa in Italia. Non solo per il mercato dell'auto (nel 2021 gli acquisti delle aziende sono stati il 37,5% del totale), ma anche per il Fisco. Perché alla lunga molti potrebbero togliergli gettito, decidendo di circolare con targa estera: dal 21 marzo, farlo è perfettamente legale per chiunque senza alcun vincolo, se registra il veicolo e tiene a bordo un documento.

A spingere verso questa scelta, c'è una coincidenza con le difficoltà di trovare auto, per la mancanza di materie prime e microchip causata dalla pandemia e dalla guerra. Non sembra invece essere un problema il possibile protrarsi del pluridecennale divieto di piena detraibilità dell'Iva.

L'ok alle targhe estere

Insomma, c'è un sovrapporsi di novità legislative ed eventi cui probabilmente nessuno ha pensato abbastanza. L'elemento scatenante è la rettifica alla stretta sui "furbetti della targa estera" che era stata data con il DI 113/2018. Per adeguarsi alle norme europee, la Legge europea 2019 (la n. 238/2021) ha modificato gli articoli 93, 94, 132 e 196 del Codice della strada ed è stato aggiunto l'articolo 93-bis. Alcune novità sono in vigore dal 1° febbraio, ma il nuovo regime è pienamente in vigore dal 18 marzo.

In linea di principio, si è passati da un divieto di guidare sul territorio nazionale veicoli con targa estera per chi risiede in Italia da più di 60 giorni a un obbligo di immatricolare con targa italiana (articolo 93-bis) il proprio veicolo entro tre mesi (chi era residente da prima del 1° febbraio deve mettersi in regola dal 1° maggio, secondo la circolare 9868U/2022 emanata dalla direzione centrale Specialità della Polizia il 23 marzo). La chiave di tutto sta nel fatto che, nel nuovo regime, l'immatricolazione in Italia si può evitare se il conducente residente in Italia non coincide col proprietario (residente all'estero): in questo caso, si è in regola se si tiene a bordo un documento con data certa firmato dal proprietario, che indichi a che titolo e per quanto tempo il conducente può utilizzare il veicolo. Se il diritto di questi a disporre del mezzo «supera un periodo di 30 giorni, anche non continuativi, nell'anno solare», titolo e durata dell'utilizzo vanno registrati in un nuovo archivio, tenuto dal Pra: il Reve (Registro veicoli immatricolati all'estero).

I vantaggi del nuovo regime (multe a parte)

Dunque, basta poter documentare un comodato, un noleggio o un leasing con una persona o un operatore stranieri e iscrivere il veicolo al Reve per poter circolare in Italia all'infinito, senza problemi. Certo, non sarà più la cuccagna di prima: le multe potranno essere notificate all'indirizzo italiano dell'utilizzatore del mezzo, che sarà tenuto a pagarle davvero. Ma, almeno in parte, non si sarà soggetti al Fisco italiano.

Quanto ci perde il Fisco (e l'assicurazione)

Innanzitutto, ad oggi non è richiesto il pagamento né dell'Ipt (Imposta provinciale di trascrizione) né del bollo auto (che va alla Regione) e dell'eventuale superbollo, nonostante il nuovo comma 4-ter dell'articolo 94 del Codice istituisca nel Pra un elenco dedicato alle targhe estere, a fini fiscali. Inoltre, la targa estera porta con sé il fatto che la polizza assicurativa sia rilasciata nel Paese di immatricolazione. Quindi alle Province non va l'imposta sulla Rc auto, che è la loro principale fonte di introiti.

Perdite rilevanti anche per l'erario statale: il veicolo viene acquistato in un Paese europeo (a scapito peraltro della rete commerciale italiana e del suo indotto) da un soggetto che vi risiede, fruendo spesso di un'Iva inferiore a quella italiana e magari di un incentivo all'acquisto che per le persone giuridiche che comprano in Italia rischia di non esserci più per tutta la tornata di bonus che sta per iniziare (e che durerà fino al 2030). Anche se in alcuni Stati l'operazione non conviene perché ci sono anche altre pesanti tasse sull'immatricolazione.

Quanto ci perde il Fisco (e l'assicurazione)

Innanzitutto, ad oggi non è richiesto il pagamento né dell'Ipt (Imposta provinciale di trascrizione) né del bollo auto (che va alla Regione) e dell'eventuale superbollo, nonostante il nuovo comma 4-ter dell'articolo 94 del Codice istituisca nel Pra un elenco dedicato alle targhe estere, a fini fiscali. Inoltre, la targa estera porta con sé il fatto che la polizza assicurativa sia rilasciata nel Paese di immatricolazione. Quindi alle Province non va l'imposta sulla Rc auto, che è la loro principale fonte di introiti. Perdite rilevanti anche per l'erario statale: il veicolo viene acquistato in un Paese europeo (a scapito peraltro della rete commerciale italiana e del suo indotto) da un soggetto che vi risiede, fruendo spesso di un'Iva inferiore a quella italiana e magari di un incentivo all'acquisto che per le persone giuridiche che comprano in Italia rischia di non esserci più per tutta la tornata di bonus che sta per iniziare (e che durerà fino al 2030). Anche se in alcuni Stati l'operazione non conviene perché ci sono anche altre pesanti tasse sull'immatricolazione.

Stop agli incassi del superbollo

Nel caso di una vettura "potente" (il cui motore sviluppa più di 185 kiloWatt), lo Stato perde pure l'incasso del superbollo. Questo vale non solo per gli esemplari nuovi, ma anche per quelli già circolanti con età fino a 20 anni (oltre questa soglia, scatta comunque l'esenzione). La "liberalizzazione" delle targhe estere è un'ulteriore spinta a eludere questo tributo, esportando fittiziamente la propria auto e reimportandola con targa di un altro Paese. Salta anche il contributo al Servizio sanitario nazionale che è dovuto sulle polizze Rc auto emesse in Italia.

Sempre sul fronte assicurativo, [si acutizza il problema delle compagnie estere](#) (in particolare di alcuni Paesi dell'Est Europa), che a volte non risarciscono i danni o lo fanno in modo tardivo o incompleto: sono basate in Paesi dove i costi di liquidazione dei sinistri sono ben più bassi che in Italia. Altrettanto bassi sono i prezzi delle polizze. Il risultato è che chi circola in Italia con la targa estera risparmia anche sull'assicurazione, a spese della collettività nazionale (i risarcimenti sono garantiti dall'Ufficio centrale italiano, che funziona grazie ai contributi pagati sulle polizze emesse in Italia). Sembrano invece ininfluenti le limitazioni italiane alla [detraibilità dell'Iva](#) sui costi di acquisto e utilizzo dei veicoli per le imprese: per i contratti di durata superiore a 30 giorni, valgono le regole italiane a prescindere dal Paese in cui il mezzo è stato immatricolato.

Tu li rompi, **iRiparo** li aggiusta



Ripariamo rapidamente i danni accidentali
su smartphone e tablet dei principali marchi.



Riparazioni express



Accessori



Preventivi gratuiti

 **iRiparo** RIPARAZIONI EXPRESS

iRiparo Verbania

WEGA s.r.l.

VIA BAIETTINI, 42

Tel. 0323 350053

Whatsapp 3333364704

UnipolRental
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE



LE NOSTRE OFFERTE RISERVATE SOLO A TE

Per te che sei associato **FEDERALBERGHI VERBANO CUSIO OSSOLA**
abbiamo selezionato i **migliori veicoli per il tuo business al miglior prezzo**



**FIAT
DOBLÒ**

**AUDI A3
SPB**

**BMW
X1**

SENZA PENSIERI CON UNIPOLRENTAL



AUTO NUOVA



MANUTENZIONE
ORDINARIA
E STRAORDINARIA



ASSICURAZIONE
COMPLETA



COSTI CERTI



SOCCORSO
STRADALE
H24



SERVIZIO
PNEUMATICI



MANTENIMENTO
CLASSE
BONUS | MALUS

RECATI IN AGENZIA E USUFRUISCI DELLO SCONTO DEDICATO AGLI ASSOCIATI

Offerte 5 anni, 15.000 Km/Anno, soggette a disponibilità dei veicoli, all'approvazione di UnipolRental S.p.A. e a variazioni di listino. Vedi condizioni contrattuali dettagliate.

UnipolRental
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE



Per info: Agenzia Spinella e Tamini S.r.L. - Tel. 0324 47893 - mail: 39546@unipolsai.it

Tasse, il cuneo fiscale in Italia è il quinto più alto tra i Paesi Ocse: 46,5% nel 2021

Percentuale in leggero calo (-0,4 punti sul 2020) . Tasse più pesanti in Belgio, Germania, Austria e Francia

Il peso del fisco sul lavoro si è un po' alleggerito in Italia, ma il prelievo – tra imposte sul reddito e contributi - resta tra i più gravosi nel mondo industrializzato, soprattutto nel caso dei lavoratori con figli. In base al rapporto 'Taxing Wages' dell'Ocse, nella Penisola il cuneo fiscale, cioè la differenza tra il costo per il datore di lavoro e la retribuzione netta percepita dal dipendente - nel 2021 è stato pari al 46,5%, in calo di 0,4 punti rispetto al 2020 e pone l'Italia al quinto posto tra i 38 Paesi che aderiscono all'Organizzazione, con un miglioramento di una posizione rispetto alla precedente graduatoria.

Media Ocse al 34,6%, Belgio sopra il 50%

La media Ocse è praticamente invariata al 34,6% (-0,06%), ma nei fatti nel 2021 il cuneo fiscale è aumentato in 24 Paesi, diminuito in 12 Paesi e rimasto invariato in due. Come spiega il rapporto, l'anno che ha visto la ripresa dell'economia dopo lo shock causato dalla pandemia, ha portato nella gran parte dei Paesi a una riduzione delle misure e delle agevolazioni fiscali anti-crisi introdotte dai Governi e al tempo stesso sono aumentati i salari medi e di conseguenza la tassazione. Il fisco più esoso sul lavoro tra i Paesi avanzati nel 2021 è stato quello del Belgio (cuneo al 52,6%), seguito da Germania (48,1%), Austria (47,8%) e Francia (47%). Il paradiso fiscale, quanto a prelievo sul lavoro, è la Colombia (zero), seguita dal Cile (7%) e dalla Nuova Zelanda (19,4%).

Italia seconda per contributi a carico del datore di lavoro

Il cuneo fiscale italiano è comunque diminuito di 1,4 punti tra il 2019, quando aveva toccato il 47,9% e il 2021 e si tratta di una delle riduzioni maggiori dell'area Ocse, dove in media il calo rispetto all'ante-Covid è stato di 0,3 punti. Al cuneo italiano pari al 45,6% - nel caso di un lavoratore single con retribuzione media – si arriva sommando il 15,3% di incidenza dell'imposta sui redditi (Ocse 13%), il 7,2% di contributi a carico del lavoratore (Ocse 8,2%) e il 24% dei contributi a carico del datore di lavoro (Ocse 13,5%). Solo la Francia, con il 26,6%, ha una maggiore incidenza in quest'ultimo caso. Anche in Italia il prelievo complessivo su una famiglia monoreddito con figli è inferiore rispetto al lavoratore single, ma con il 37,9%, in aumento di mezzo punto, la Penisola si conferma molto al di sopra della media Ocse (24,6%, in calo di 0,4 punti) ed è al quarto posto della tutt'altro che encomiabile classifica, preceduta da Francia (39%), Finlandia (38,6%) e Turchia (38,3%). Gli assegni per i figli e gli sgravi che tendono a ridurre il peso del fisco sul lavoratore con figli, in Italia sono del resto inferiori (8,6 punti percentuali) rispetto alla media Ocse (10 punti). Se poi in una famiglia con due figli, i redditi da lavoro sono due (uno pari al 100% della retribuzione media e l'altro al 67%), il cuneo complessivo nel nostro Paese risulta del 40,9% contro la media Ocse del 28,8% e ad esempio il 16,8% della Svizzera o il 17,3% della Nuova Zelanda o il 17,9% degli Usa, per non parlare del -6% della Colombia e del -8,6% del Cile (nel senso che vengono versati benefit e non sono pagate tasse). In questo caso il fisco italiano condivide con Francia e Germania il secondo posto per il peso del prelievo, che vede il Belgio (45,2%) primeggiare nuovamente suo malgrado.

La busta paga ai raggi X

Guardando alla busta-paga, il lavoratore medio single in Italia porta a casa una retribuzione netta pari al 70,4% del salario lordo contro il 75,4% medio Ocse, di riflesso a un'aliquota di imposizione media sul reddito del 20,1% (Ocse 14,9%) e a un prelievo previdenziale del 9,5% (Ocse 9,7%).

Nella famiglia con due redditi da lavoro e due figli, tenuto conto delle relative agevolazioni e detrazioni, il prelievo rispetto al salario lordo è del 18,3% contro il 13,1% Ocse e quindi la retribuzione netta che arriva a casa è pari all'81,7% della lorda contro l'86,9% medio Ocse. Venendo, infine, ai dati armonizzati in dollari su retribuzioni e costo del lavoro, l'Italia scende in classifica, soprattutto nel caso dei salari netti. Il costo annuale del lavoro nel caso del nostro lavoratore medio single in Italia risulta pari a 68.848 dollari a parità di potere d'acquisto contro i 58.280 dollari della media Ocse. E' al 15esimo posto nell'area, con un livello più elevato degli Usa (68.077 dollari), di Canada, Australia, Corea, Giappone (60mila) e Spagna (57mila). Al tempo stesso è molto inferiore non solo alla Svizzera (al primo posto con 89.841 dollari), ma anche alla Germania (85.370 dollari) e alla Francia (77.248 dollari). Il salario lordo annuale, quello che si vede in busta paga, in Italia è pari a 52.324 dollari a parità di potere d'acquisto e vede la Penisola al 19esimo posto, esattamente a metà classifica tra i 38 Paesi Ocse, dove la media è pari a 50.223 dollari, andando da un massimo di 84.437 dollari in Svizzera a un minimo di 13.877 dollari in Colombia. La retribuzione al netto delle tasse risulta di 36.280 dollari a parità di potere d'acquisto contro i 37.063 dollari della media Ocse e fa scivolare l'Italia al 22esimo posto. Alle spalle dell'Italia c'è la Spagna, con 35mila dollari. La Svizzera svetta sempre al primo posto con oltre 69mila dollari, Olanda e Lussemburgo superano i 53mila dollari, il Regno Unito e Irlanda si avvicinano ai 50mila, gli Usa sono vicini a 49mila, la Germania è a 44.300 e la Francia a 41mila. In fondo alla graduatoria, la Colombia, sempre con 13.877 dollari, perché il lavoratore dipendente con stipendio medio non ha pagato tasse sul reddito lo scorso anno e i contributi per pensione e sanità nel sistema misto pubblico-privato del Paese ai fini statistici sono considerate tasse non-obbligatorie.

I benefici del taglio del cuneo

Importi in euro

Reddito annuale	Beneficio aggiuntivo mensile	Imposta annuale 2020	Aliquota media	Aliquota marginale
8.145	 20	-1.080	-13,3%	27,5%
9.000	 20	-845	-9,4%	27,5%
10.000	 20	-570	-5,7%	27,5%
11.000	 20	-295	-2,7%	27,5%
12.000	 20	-20	-0,2%	27,5%
13.000	 20	256	2,0%	27,5%
14.000	 20	531	3,8%	27,5%





Via(e) e Uncem: fra vie romane e tappe del grande ciclismo, il progetto di Piemonte, Lombardia e Liguria

Via(e) e Uncem hanno stretto un accordo per 'Un nuovo turismo lungo le **vie romane** e le **tappe del grande ciclismo**'

Il progetto prevede la condivisione di un tragitto comune fra **Piemonte, Lombardia e Liguria** per offrire la chance di misurarsi non solo con le prodezze dei miti del ciclismo, ma anche di apprezzare le bellezze – paesaggistiche, enogastronomiche, architettoniche – dei territori attraversati in bicicletta.

Via(e) è un progetto di promo-commercializzazione in divenire, che, attualmente offre **60 pacchetti turistici** presentati da un network di **oltre 100 agenzie di viaggi e tour operator** per percorrere Piemonte, Lombardia e Liguria dal Monferrato alla Lomellina, dalla Riviera Ligure all'Alto Piemonte, dalle montagne olimpiche alle Cinque Terre, alla città di Torino. Ogni prodotto **mette in relazione territori limitrofi**, province e regioni diverse ma complementari per tradizioni, storie e prodotti. Un percorso circolare, che abbraccia le comunità e accoglie i turisti, 'cittadini temporanei', che riscopre antiche vie di collegamento e ne disegna di nuove, che enfatizza punti di arrivo eccellenti e rinsalda la convivialità di tradizionali luoghi di incontro.

"Via(e) è il risultato di una felice intuizione nata nel 2019: puntare a un **turismo non più di destinazione, ma di motivazione**. La scelta di una destinazione non dipende più dalla meta in sé, ma da ciò che essa promette: il turista acquista un pacchetto di viaggio perché vuole fare una **nuova esperienza emozionale** e spera che questa sia l'esperienza giusta per sé" ha spiegato **Andrea Cerrato**, presidente Federazione dei Consorzi Turistici del Piemonte.

"Uncem è onorato di lanciare con Via(e) e Piemonte Incoming una nuova guida di itinerari per appassionati del ciclismo che guarda alla storia e al futuro del territorio - spiega **Marco Bussone**, presidente nazionale **Uncem** -. Il **ciclismo è montagna, la montagna è il ciclismo**. La nuova **guida del Grande Ciclismo**, realizzata da Regione Piemonte e Uncem, propone un giro del Piemonte in ventotto tappe. Si uniscono in un viaggio che i tour operator possono portare nel mondo. Per tutti coloro che vogliono cimentarsi con le **strade di Giro e Tour ed emulare i Campioni**".

"**Alexala** è stata tra i fondatori di questo progetto, utile perché stimola in maniera proattiva tutta la filiera del prodotto turistico a lavorare in modo professionale e in sinergia con l'obiettivo comune di promuovere e **commercializzare il territorio**" aggiunge **Roberto Cava**, presidente di Alexala. "È stato facile credere in Via(e), un progetto ambizioso e di visione – chiude **Giuseppe Carlevaris**, presidente **VisitPiemonte** – che ha la capacità di far conoscere e di vendere il nostro territorio. Mi auguro che l'imminente esito del recente bando Enit, a cui abbiamo partecipato come raggruppamento Via(e), possa premiarci e consentirci di **far crescere ulteriormente il progetto**".

FONTE / www.ttgitalia.com

Infortunio del tirocinante – Cassazione, sentenza 1° marzo 2022, n. 7093

La Corte di Cassazione (IV sezione penale) si è pronunciata su un caso di infortunio sul lavoro occorso a un tirocinante.

La Corte ha stabilito la responsabilità diretta del datore di lavoro in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro, non ritenendo rilevante la circostanza che il titolare dell'azienda si fosse avvalso della collaborazione di un soggetto esterno incaricato "di risolvere ogni problematica in tema di sicurezza". Secondo quanto stabilito dell'articolo 17 del decreto legislativo 8 aprile 2008, n. 81, infatti, la valutazione del rischio è compito affidato al datore di lavoro e non è delegabile.

Più specificatamente, l'azienda in questione è stata ritenuta responsabile delle omissioni di: previsione del rischio a cui era esposta la persona offesa nella lavorazione a cui era stata adibita, formazione e informazione del tirocinante; fornitura di idonei dispositivi di protezione.

Richiamando altre sentenze in materia, la Corte ha ricordato come "in tema di prevenzione degli infortuni, il datore di lavoro è tenuto a redigere e sottoporre ad aggiornamento il documento di valutazione dei rischi previsto dall'articolo 28 del decreto n. 81 del 2008, all'interno del quale deve indicare in modo specifico i fattori di pericolo concretamente presenti all'interno dell'azienda, in relazione alla singola lavorazione o all'ambiente di lavoro e le misure precauzionali e i dispositivi adottati per tutelare la salute e la sicurezza dei lavoratori; il conferimento a terzi della delega relativa alla redazione di suddetto documento non esonera il datore di lavoro dall'obbligo di verificarne l'adeguatezza e l'efficacia, di informare i lavoratori dei rischi connessi alle lavorazioni in esecuzione e di fornire loro una formazione sufficiente ed adeguata".

Tali obblighi persistono anche nel caso di un soggetto che svolga un tirocinio. A tal proposito, la sentenza ricorda la definizione fornita dall'articolo 2, comma 1, lettera a) del decreto legislativo n. 81, in base al quale che al lavoratore è equiparato, ai fini dell'applicazione della normativa in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, anche chi svolge attività lavorativa nell'ambito dell'organizzazione di un datore di lavoro pubblico o privato, con o senza retribuzione, anche al solo fine di apprendere un mestiere nonché il soggetto beneficiario delle iniziative di tirocini formativi e di orientamento di cui all'articolo 18 della legge 24 giugno 1997, n. 196, e di cui a specifiche disposizioni delle leggi regionali promosse al fine di realizzare momenti di alternanza tra studio e lavoro o di agevolare le scelte professionali mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro.

Pertanto, nell'ipotesi in cui presso un'azienda siano presenti soggetti che svolgano tirocini formativi, il datore di lavoro sarà tenuto ad osservare tutti gli obblighi previsti dal citato testo unico al fine di garantire la salute e la sicurezza degli stessi.

Non fa eccezione, secondo la Corte, il caso del tirocinio disciplinato dalla "Convenzione quadro per l'attivazione di tirocini di formazione ed orientamento curricolari e non curricolari", stipulata tra l'Università a cui era iscritto il tirocinante e l'azienda ospitante, la quale prevede obblighi a carico del soggetto promotore e obblighi a carico dell'ospitante, e, in particolare, per quest'ultimo, era prevista la garanzia delle condizioni di igiene e sicurezza sul luogo di lavoro nel rispetto della vigente normativa.

CONSORZIO MAGGIORE”, Consorzio di promozione e vendita della destinazione turistica: Laghi Maggiore – Orta-Mergozzo, Valli dell’Ossola e Provincia di Novara. Il nuovo consorzio si propone di diventare il punto di riferimento per la commercializzazione dell'offerta territoriale!

*Istituzionalizzare il progetto promozionale sui mercati internazionali, gestito da Federalberghi VCO dal 2017 (ereditato dall’attività decennale con la Camera di Commercio quale ente capofila) e creare un **Consorzio di promozione e vendita dell’area dei laghi e delle valli del nord Piemonte**.* Sono in estrema sintesi queste le finalità del progetto che ha visto la luce lo scorso febbraio e che si prefigge di unire il territorio in un’operazione corale di promozione e vendita.

Nasce così l’idea del Consorzio Maggiore, che ha anche altri obiettivi nel medio e lungo periodo, tra cui il riconoscimento del consorzio stesso da parte della Regione Piemonte, la creazione di reti di collaborazione con altre aree turistiche italiane, la realizzazione del “Lago Maggiore Pass” e la partecipazione a progetti dell’Unione Europea sia in ambito transfrontaliero che continentale.

“Da anni affrontiamo la difficoltà di intraprendere la strada giusta per commercializzare l’esperienza turistica dei nostri territori – afferma il Presidente di Federalberghi VCO, Gian Maria Vincenzi – ora finalmente arriviamo alla costituzione del Consorzio Maggiore: sarà il luogo in cui domanda e offerta si incontreranno e grazie al quale gli operatori potranno porre in vetrina le proprie proposte. L’obiettivo è dare ai protagonisti della nostra destinazione turistica uno strumento moderno ed efficace per incrementare il proprio giro d’affari”.

Il portale di vendita del prodotto turistico, senza mirare a sostituirsi ai colossi mondiali, diventerà vetrina privilegiata per la prenotazione alberghiera, extra-alberghiera e per l’acquisto di singoli prodotti ed esperienze turistiche (viaggi in motoscafo, servizi di guida, biglietti di ingresso per eventi e musei, noleggio e-bike, ristorazione e molto altro), anche sotto forma di pacchetti realizzati da tour operator del territorio oppure dal settore sales del Consorzio stesso. Un portale che può anche fungere da concierge: ogni operatore o struttura potrà prenotare, per i propri clienti, attività, escursioni, singoli servizi o pacchetti turistici, vedendosi riconosciuta anche una percentuale di commissione.

L’iscrizione al Consorzio Maggiore è aperta a tutti, la quota di adesione simbolica è di € 50 all’anno. Gli iscritti potranno autonomamente pubblicare le proprie proposte sul portale online (www.visit-lagomaggiore.it e www.visit-lakemaggiore.com) a partire da fine marzo, inizialmente in tre lingue: italiano, inglese e tedesco. Le percentuali delle commissioni – 10% per prenotazioni nel settore della ricettività e 15% per la commercializzazione di esperienze, pacchetti e servizi turistici – concorreranno a sostenere attività di promozione nazionale ed internazionale.

“Non si tratta – precisa Vincenzi – di un ennesimo sito web dedicato alla promozione turistica. Per questo ci sono già i portali delle Atl e delle Camere di Commercio piemontesi e lombarde, con cui c’è comune visione d’intenti e massima collaborazione. Il portale del Consorzio Maggiore si propone di razionalizzare, valorizzare e commercializzare l’offerta del territorio. La cooperazione con le Province, le ATL e le Camere di Commercio (oltre alla collaborazione in ambito regionale con il sistema di BookingPiemonte per eventi di interesse più ampio) consentirà infine di migliorare l’organizzazione delle attività promozionali”.

Federalberghi VCO ha già inviato alle strutture ricettive associate una presentazione del Consorzio Maggiore e si proseguirà con altre categorie locali del comparto turistico, ma gli stessi operatori potranno richiedere informazioni e il modulo di adesione contattando via mail gli uffici del Consorzio: direzione@consorzio-maggiore.eu / sales@consorzio-maggiore.eu

“Sono particolarmente orgoglioso di presentare oggi questa iniziativa corale, che è nata ascoltando le richieste dei rappresentanti del nostro tessuto turistico, in primis le sempre più frequenti necessità di commercializzazione di cui recentemente anche alcune Amministrazioni locali ne hanno evidenziato la necessità. Il Consorzio Maggiore sarà quindi punto di riferimento per la complessiva offerta turistica del territorio, che verrà portata anche all’attenzione dei tour operator internazionali.

Il Consorzio potrà contare anche su una precisa e qualificata organizzazione interna, che saprà rappresentare le competenze territoriali con grande equilibrio. Saluto la nascita del Consorzio Maggiore –conclude il Presidente di Federalberghi VCO, Gian Maria Vincenzi – quale chance importante per il territorio, base solida che nasce da un’esperienza pluriennale e che auspichiamo potrà essere trampolino di lancio per un futuro ricco di crescita”.



L' Ospitalità al Vs. servizio!

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

Portale web
www.federhotels.it

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



APP / WEB & TECH

Whatsapp: questa la grande novità in arrivo. Terza spunta blu?

Da varie ricerche fatte in rete, leggendo quel che si scrive in merito a questa fantomatica terza spunta blu su siti specializzati sia nostrani che esteri, possiamo dedurre che l'idea degli sviluppatori Meta sia orizzontata alla possibilità di offrire all'utente la possibilità di sapere se della conversazione in corso sia stato effettuato uno screenshot. Ebbene sì, questo fenomeno, ormai molto diffuso, di "screenshottare" le conversazioni sta prendendo sempre più piede, e, molto probabilmente, lato sviluppatori si sta decidendo di implementare strumenti atti a cercare di dare all'utente interessato nelle conversazioni Whatsapp un feedback nel caso che di quella conversazione sia stata salvata con uno screenshot da parte dell'interlocutore.

Probabilmente se venisse percorsa questa via, sarebbe una cosa che potrebbe far storcere il naso a parecchi, ma a quanto pare, ci sono molte autorevoli testate come WABetaInfo che reputano insensate queste voci, vedendo come uno scenario difficile questa possibilità, di fatti in passato un'idea del genere era stata pensata anche per un altro social del gruppo Meta, e qui parliamo di Instagram, ma tramontò quasi subito.



Allo stato attuale delle cose, il team di comunicazione coi media di Whatsapp non ha ancora rilasciato né smentite, né conferme, non ci resta quindi che attendere se per i prossimi aggiornamenti verrà introdotto il solito test-guida che verrà effettuato prima su di un campione chiuso di persone, le quali potranno testare la nuova funzionalità dell'app, valutarne l'eventuale bontà, e solo dopo, vederne la distribuzione su larga scala mediante gli aggiornamenti ufficiali.

FONTE <https://blowingpost.it/>