



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni
Italiane Alberghi e Turismo



Volume 17, Numero 10

OTTOBRE 2025

FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



*Foto dell' Isola Pescatori
dall' Isola Bella*

SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
VIAGGIARE PROTETTI	PAG 6 e 7
CANONE SPECIALE RAI B&B	PAG 8
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 9 e 10 PAG 23
Da PAG 3 a PAG 5 AZIENDE PARTNERS	Da PAG 11 a PAG 13 PAG 15
TRIBUNALE APERTO	PAG 14
LE POTENZIALITÀ DELL'IA	PAG 16 e 17
IA AL SERVIZIO DELL' OSPITALITÀ	PAG 18 e 19
RECENSIONI ON LINE	PAG 20
TURISMO GOLFISTICO	PAG 21
BONIFICI Istantanei - COSA CAMBIA	PAG 22
VISITPIEMONTE	PAG 24
APP & DINTORNI	PAG 25

OVERVIEW

I dazi di Trump colpiscono anche i regali in valigia

Parmigiano, borse, vino o abbigliamento, i [dazi di Trump](#) colpiscono non solo il commercio, ma anche i **regali in valigia**. Sono infatti scattate da **settembre** le nuove disposizioni americane in merito alla **merce trasportata nei trolley da turisti o residenti**.

Qualunque tipo di prodotto in arrivo negli Stati Uniti, anche non destinato alla vendita, e che abbia un **valore superiore ai 200 dollari**, sarà infatti tassato al momento dell'arrivo con un'aliquota pari a quella del Paese d'origine quindi, nel caso italiano sarà del **15%**.

Alcuni esempi: se si viaggia verso gli Usa e si porta in regalo una bottiglia di vino del valore di **200 dollari**, si dovranno pagare circa **25 euro**, che saranno circa 65 euro per una borsetta firmata del valore di 500 dollari o 90 euro per un completo made in Italy da 700 dollari. I turisti dovranno compilare un apposito modulo (il modello 6095B) da consegnare all'arrivo in aeroporto alla US Customs and Border Protection, per denunciare ciò che portano con sé. Sono previsti controlli a campione.

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

FONTE / TTG ITALIA



L'Ospitalità al Vs. servizio !

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

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

0,88%

Commissioni Carte
Consumer Europe*

1,89%

Commissioni Carte
Business Europe*

0,10€

Costo
per transazione

*Merchant fee variabile in riferimento alle transazioni consumer europee.



Inquadra il QR Code

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



nexi
every day, every pay

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

gfl
COSMETICS

DIPRES
ACQUANET

OSMÈ SI PRENDE
DELICATAMENTE CURA
DI TUTTI I TIPI
DI PELLE E CAPELLI

osmè
organic



PRIJA È UN'ESPERIENZA
ESOTICA DI LUSO
E BENESSERE

PRIJA



AREA MANAGER:

Sig. Gianpietro Schiffo

366 5933950

gianpietro.schiffo@dipres.it

www.dipres.it

Convenzione Federalberghi per l'acquisto di un Defibrillatore Philips

PHILIPS HEARTSTART FRx CON TECA IREDEEM

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

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

Teca murale in robusto ABS con chiusura magnetica e allarme sonoro

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



ANCHE USO
PEDIATRICO



GARANZIA 8 ANNI
DEFIBRILLATORE



COLLAUDO
E ATTIVAZIONE
DEFIBRILLATORE
NELLA VOSTRA SEDE



~~2.382~~ Euro
PREZZO DI LISTINO

990 Euro
PREZZO RISERVATO CONVENZIONE
IVA ESCLUSA

Comprende:



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

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

Viaggiare protetti: gli italiani hanno dei timori, ma si assicurano ancora poco

Inflazione, conflitti armati, situazione politica locale, salute e sicurezza personale, eventi climatici estremi e [overtourism](#) sono le preoccupazioni che impattano di più sulla voglia di viaggiare, condizionando anche la scelta della destinazione. Tuttavia, la propensione ad assicurarsi resta ancora al di sotto della media europea: solo il 39% dichiara di proteggere abitualmente il proprio viaggio: il dato più basso in Europa e ben al di sotto della media del 62%. Questi, in sintesi, i risultati dell'Holiday Barometer 2025 diffuso dal [Gruppo Europ Assistance](#).

La ragione principale è indicata come economica: il 30% considera il costo troppo elevato. Seguono altri motivi: il 29% non viaggia abbastanza spesso, il 27% non percepisce rischi o ritiene di non spostarsi lontano, mentre il 16% pensa di non averne bisogno.

I timori principali di chi viaggia

Inflazione (77%), conflitti armati (58%), attacchi terroristici (51%), sicurezza personale (50%) e sanitaria (40%), clima politico nel Paese di destinazione (41%), eventi climatici estremi (42%) e overtourism (38%) sono le motivazioni che incidono di più sulla scelta della destinazione, riflettendo le principali preoccupazioni degli italiani. Il 12% (+4% rispetto al 2024) ritiene importante la qualità del servizio sanitario locale.

Per cosa ci si assicura e come si acquista l'assicurazione

Tra chi sceglie di assicurarsi, le coperture più diffuse riguardano l'assistenza sanitaria (87%) e la protezione del bagaglio in caso di smarrimento, furto o danneggiamento (84%). Le garanzie considerate più importanti sono invece le spese mediche (68%), l'annullamento del viaggio (70%), la tutela del bagaglio (64%), i disagi legati a ritardi o cancellazioni (62%) e il rimpatrio sanitario (61%).

I canali di acquisto più utilizzati restano le agenzie di viaggio (24%) e le compagnie assicurative (23%). Nella scelta, il prezzo resta il fattore decisivo (50%), seguito dalla reputazione della compagnia (28%) e dall'ampiezza dell'offerta (23%).

Le altre tendenze registrate: desideri ed esigenze in evoluzione

In Italia, oltre il 90% dichiara di partire almeno una volta l'anno, con uno dei valori più alti a livello globale. Dati che si riflettono nell'entusiasmo per i viaggi, con l'85% degli intervistati felice o molto felice di partire (+6% vs 2024), ancora una volta con il valore più alto fra tutti i Paesi coinvolti nella ricerca.

In Italia le abitudini di viaggio stanno evolvendo, con l'hotel che rimane la tipologia di alloggio preferita dal 45% dei turisti, seguito dai bed & breakfast, scelti dal 32% dei viaggiatori, un dato tra i più alti in Europa. Per quanto riguarda i trasporti, l'auto resta il mezzo più utilizzato, seppure in diminuzione rispetto agli anni precedenti, mentre cresce l'uso dell'aereo e del treno, rispettivamente al 46% e al 25%.

Le prenotazioni mostrano una tendenza a programmare il viaggio con anticipo: il 37% dei turisti prenota tra i due e i quattro mesi prima della partenza, mentre un quarto circa sceglie di organizzarsi meno di due mesi prima. La maggior parte delle prenotazioni avviene attraverso i canali digitali diretti delle strutture e dei vettori, ma le agenzie di viaggio e i tour operator continuano a rappresentare un canale rilevante, utilizzato dal 27% dei viaggiatori.

Viaggiamo per crescita personale e chiediamo consiglio all'IA

Le motivazioni principali che guidano la scelta delle vacanze sono il desiderio di relax e la possibilità di scoprire nuovi luoghi e culture, con una crescente attenzione alla crescita personale come valore aggiunto del viaggio. Sebbene l'80% degli italiani viaggi ancora in famiglia, cresce la propensione a viaggiare da soli, con il 35% dei viaggiatori disposto a farlo in futuro.

Anche la tecnologia gioca un ruolo crescente: il 20% degli italiani ha già utilizzato strumenti di intelligenza artificiale nella pianificazione della vacanza, e un ulteriore 26% prevede di farlo. L'IA viene principalmente impiegata per creare itinerari e raccogliere informazioni su alloggi e destinazioni, rappresentando uno strumento sempre più importante per supportare decisioni di viaggio personalizzate.



FONTE TTGITALIA

Canone Speciale RAI per B&B e Locazioni Turistiche: Obblighi e Controlli

Il tema del Canone speciale RAI interessa non solo alberghi, bar e ristoranti, ma anche i titolari di b&b e di immobili destinati alle locazioni turistiche. Si tratta infatti di un abbonamento distinto da quello ordinario, **dovuto in tutti i casi in cui venga installato un apparecchio televisivo** al di fuori dell'ambito domestico e quindi **accessibile ai clienti**.

Quando è dovuto il Canone speciale

L'obbligo riguarda chi detiene **uno o più dispositivi in grado di ricevere il segnale radiotelevisivo terrestre o satellitare in contesti diversi dalla sfera familiare**. Restano invece esclusi i computer privi di sintonizzatore TV e i televisori analogici non più in grado di ricevere i programmi digitali. Per i b&b, il pagamento è richiesto ogni volta che un apparecchio viene collocato in spazi a disposizione degli ospiti. Analogamente, anche per le abitazioni concesse in locazione breve, la presenza di un televisore comporta il versamento del Canone speciale e non di quello ordinario.

Controlli e sanzioni

L'introduzione della banca dati nazionale BDSR, che censisce e raccoglie le informazioni sugli alloggi turistici, rende più agevoli i controlli incrociati da parte delle autorità grazie all'incrocio delle informazioni tra diverse banche dati pubbliche. Tra gli adempimenti verificati rientra anche il pagamento del Canone speciale RAI. Come precisato nelle FAQ pubblicate sul portale ufficiale della RAI, il **mancato versamento** può essere rilevato in qualsiasi momento dal personale incaricato o dalle autorità competenti e comporta l'applicazione di **sanzioni fino a 619 euro**. Gli addetti ai controlli sono sempre muniti di tesserino di riconoscimento, che riporta la sede regionale RAI competente per territorio, e consegnano il bollettino postale dedicato. Il pagamento non avviene mai in contanti: in caso di versamento immediato gli incaricati utilizzano il POS, mentre restano disponibili anche altre modalità tracciabili.

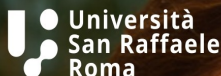
Modalità di pagamento e scadenze

Il Canone speciale RAI può essere **corrisposto con diverse periodicità**:

- pagamento annuale, entro il 31 gennaio;
 - pagamento semestrale, con scadenze al 31 gennaio e al 31 luglio;
 - pagamento trimestrale, entro il 31 gennaio, 30 aprile, 31 luglio e 31 ottobre.
- La scelta della formula dipende dalle esigenze del contribuente, ma in ogni caso il versamento deve rispettare le scadenze stabilite.

Un adempimento da non sottovalutare

Il Canone speciale RAI rientra tra gli obblighi fiscali a carico delle strutture ricettive, inclusi b&b e immobili destinati ad affitti brevi. L'adeguamento è fondamentale non solo per evitare sanzioni, ma anche per garantire il rispetto delle regole che disciplinano l'offerta di servizi turistici e ricettivi sul territorio.



Costruisci il tuo futuro: laureati online con la massima flessibilità e a costi contenuti.

Con gli atenei digitali **UniPegaso**, **Mercatorum** e **San Raffaele**, adatti lo studio alle tue esigenze, a costi vantaggiosi.

Contattaci subito e blocca l'offerta!

Oppure chiamaci al numero verde
800 480 028

Investi sulla tua formazione. Studia e sostieni gli esami in tutta Italia.

- Videolezioni sempre disponibili online: decidi tu quando e dove studiare
- Orientamento gratuito e personalizzato tra 123 percorsi di laurea**
- Puoi richiedere la valutazione dei CFU dei tuoi esami e delle tue esperienze lavorative
- Retta agevolata a partire da 149€ al mese
- Agevolazioni economiche per tutte le categorie di studenti e lavoratori

Contattaci ora per saperne di più

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



PAIDEIA s.r.l.s.

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

P.iva / C.F. 02657620031

E-mail paideiasrls21@gmail.com

Amministratore Unico: Maria Paola Mathieu

Cell: 335 5970784

Sportello Consulenza Energia

Servizio rivolto a Cittadini ed Imprese del territorio

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

- Consulenza per contrattualizzazione ed efficientamento energetico
- Verifica documentale

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

Per interventi e contratti di fornitura successivi alla verifica:

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

Settori di competenza:

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

INENERGY

GAS&POWER

L'energia sostenibile del tuo territorio

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

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

www.in-energy.it

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

ENERGIA

**100%
GREEN**

PRODOTTA DALLE CENTRALI
IDROELETTRICHE DELL'OSSOLA

info@in-energy.it

Numero Verde

800.188.569



LA MIGLIORE CONNESSIONE SENZA VINCOLO AL SINGOLO OPERATORE

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

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



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



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



Gestione multioperatore con unico riferimento tecnico e amministrativo.



Assistenza quotidiana e diretta con monitoraggio dei nostri tecnici.



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

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



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



L' Ospitalità al Vs. servizio!

TV Professionali multimediali a norma GDPR

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

CHROMECAST PROFESSIONALE A NORMA GDPR



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

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

UTILIZZO IMMEDIATO

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

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

NETFLIX

Google Play

Chromecast built-in

Extended Lifetime

Analytics on-board

UI customization

Guest surveys

A PROVA DI FUTURO

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

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



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

TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Quesito: Mi potete spiegare in cosa consistono le “Sanzioni per comportamenti discriminatori ?



Risposta

L'articolo 187 del regolamento di esecuzione del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza stabilisce (TULPS) che gli esercenti **(inclusi gli affittacamere e i gestori di pensioni e hotel)** **hanno l'obbligo di contrarre con chiunque ne faccia richiesta**, a meno che non ci siano motivi legittimi per il rifiuto, come ad esempio la mancanza di disponibilità o l'assenza di documenti di identificazione validi.

La violazione di tale obbligo comporta la sanzione pecuniaria amministrativa da 516 a 3.098 euro (articolo 221 bis del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza).

Ancor più dolorosa può essere la sanzione inflitta dai portali di prenotazione: coloro che si rendono colpevoli di comportamenti discriminatori vengono messi al bando senza troppi complimenti, con gravi conseguenze economiche.

La decisione, che di fatto è inappellabile, riguarda tutte le strutture, anche se non soggette al Tulps.

Alla sanzione amministrativa può aggiungersi, qualora ne ricorrano gli estremi, la sanzione prevista dall'articolo 604 bis del codice penale.

Salvo che il fatto costituisca più grave reato, è punito con la reclusione fino ad un anno e sei mesi o con la multa fino a 6.000 euro chi propaganda idee fondate sulla superiorità o sull'odio razziale o etnico, ovvero istiga a commettere o commette atti di discriminazione per motivi razziali, etnici, nazionali o religiosi.

Quesito: Dallo scorso giugno ci sono stati diversi controlli sulle piscine da parte dell'Asl provinciale. Potete chiarire cosa si intende per “luogo appartato e coperto nonché attrezzato per il primo soccorso dei natanti, con sufficiente privacy”. E' un aspetto contestato ad una struttura limitrofa alla mia.

Risposta

L'obbligo è in vigore ormai da diversi anni ed è chiaramente indicato nel Regolamento Regionale, già trasmesso alle strutture associate lo scorso giugno.

Nel caso in cui non fosse possibile dedicare uno spazio specifico, è comunque ammesso l'utilizzo dell'antibagno, purché dotato di porta, come soluzione alternativa conforme alla normativa.



Tonetti Forniture Alberghiere
è un'azienda leader con 50 anni di esperienza
nella fornitura di attrezzature professionali
per hotel, ristoranti e bar, offrendo prodotti
di alta qualità e consulenza specializzata.

Il nostro showroom è in
Via Monte Bianco, 21017
Samarate (VA) | 0331/220359
info@tonetti.it | tonetti.it

TONETTI
FORNITURE ALBERGHIERE

Le potenzialità dell'IA per gli enti del turismo tra rischi e vantaggi

L'intelligenza artificiale, come viene più volte detto, andrà a colpire le professioni intellettuali e quegli ambiti che non sapranno adottarla con strategia. Nel turismo delle agenzie avevamo evidenziato come fosse un 'attore' entrato [abbastanza in sordina](#), soprattutto lato ricerca e acquisto. Anche la **European Travel Commission** – che raduna 36 enti europei di promozione turistica nazionale – si è chiesta di recente come l'IA stia impattando sul lavoro degli enti. Ha pubblicato da poco la ricerca "Artificial Intelligence in Tourism" in cui, insieme a Kairos Future, è andata a indagare la realtà quotidiana del lavoro per capire i margini e le potenzialità di miglioramento.

L'IA piace, ma servono competenze tecniche e normative

L'evidenza più scontata è che l'IA sta già trasformando le attività quotidiane, con un sentiment dei dipendenti generalmente positivo. Tuttavia, il livello di maturità varia notevolmente tra le funzioni. I dipartimenti marketing sono generalmente più avanti rispetto, sia in termini di adozione sia di fiducia. I professionisti del marketing riportano benefici immediati e visibili — dalla scrittura automatizzata dei testi all'ottimizzazione delle campagne basata sui dati, alla generazione di contenuti automatici.

Per tutti, il fattore abilitante più urgente è lo sviluppo delle competenze, sia tecniche che in ambito normativo (si pensi ai limiti di raccolta e utilizzo di dati, ad esempio). Il personale necessita di formazione strutturata e specifica per ruolo, per andare oltre l'uso occasionale degli strumenti e sbloccare il pieno potenziale dell'IA, affrontando anche i vincoli di budget che minacciano la continuità.

Esempi concreti di utilizzo IA nel turismo

Il report analizza inoltre, con una serie di esempi concreti già attivi, come queste tecnologie possano essere applicate con successo nelle **funzioni di marketing e ricerca turistica**, condividendo lezioni da chi sta già sperimentando alcune idee e soluzioni. Ad esempio, l'**IA predittiva** può **anticipare la domanda delle destinazioni**, supportando la gestione del personale, dei prezzi e delle risorse. Analizzando i modelli storici di prenotazione, la stagionalità, gli eventi e fattori esterni, l'IA consente una pianificazione proattiva, si pensi all'ambito alberghiero ma non solo.

Per cosa sfruttare l'analisi di grandi dati

Oppure l'IA può aiutare le organizzazioni turistiche a **tracciare in tempo reale l'impatto del turismo sulle destinazioni**. Integrando fonti di dati live come mobilità, traffico, prenotazioni e sentiment in dashboard basate su IA, le organizzazioni possono rilevare rapidamente i cambiamenti e reagire di conseguenza. Ciò favorisce decisioni rapide, migliora il coordinamento con gli stakeholder locali e consente una gestione più proattiva dei visitatori.

Oppure, come ha fatto il Canada con la piattaforma nazionale "Tourism Data Collective", si può creare **una piattaforma dati centralizzata e multi-sorgente**. La ricerca nel turismo spesso dipende da dati frammentati provenienti da fonti multiple. L'IA può supportare lo sviluppo di piattaforme centralizzate che combinano dati di partner nazionali, regionali e privati, permettendo di ottenere insight più coerenti e accessibili. Questo contribuisce ad allineare le strategie tra i settori, ridurre la duplicazione degli sforzi e migliorare la qualità dell'intelligence di mercato.

L'IA può analizzare grandi volumi di dati non strutturati, come conversazioni online o recensioni, per individuare cambiamenti nei comportamenti dei consumatori, nelle preferenze o nelle tendenze. Ciò consente alle organizzazioni turistiche di cogliere segnali precoci e **adeguare di conseguenza le offerte o le campagne**. Migliora la capacità di risposta ai cambiamenti della domanda e aiuta a **identificare opportunità** prima che siano ampiamente riconosciute.

L'IA consente alle organizzazioni turistiche di **adattare contenuti e servizi** ai singoli utenti in base a preferenze, comportamenti e contesto. Ciò include la generazione di itinerari, la raccomandazione di esperienze o l'adattamento in tempo reale della disposizione dei contenuti. Questo migliora la pertinenza dei servizi digitali, aumenta l'utilità degli strumenti di pianificazione e fornisce ai tourism board dati comportamentali utili per le future **strategie di marketing** e lo sviluppo dei prodotti (l'esempio riportato è "Ask AI" Trip Planner dell'ente Discover Puerto Rico).

Chatbot come alleati per scegliere e pianificare

Infine, le chatbot basate su IA possono aiutare gli utenti a trovare informazioni rilevanti più rapidamente, rispondendo a domande in linguaggio naturale. Possono **guidare diversi tipi di visitatori** nei processi di pianificazione senza la necessità di supporto da parte del personale. Ciò migliora l'accesso alle risorse di pianificazione, aumenta l'interazione sulle piattaforme digitali e riduce gli ostacoli nel percorso del visitatore. Ad esempio, la chatbot Ellis di New York City Tourism + Conventions, lanciato nel 2025, risponde alle domande dei chi deve organizzare meeting ed eventi, riguardo location, hotel e attrazioni in oltre 40 lingue. Risultato? Ha raddoppiato il traffico alla sezione dedicata a meeting ed eventi nel giro di un mese, incrementato le iscrizioni alla newsletter e ha messo in evidenza i dati delle domande per individuare eventuali lacune nei contenuti.

IA al servizio dell'ospitalità - A InOut arrivano assistenti virtuali e nuove tecnologie

Sono oltre **13 milioni** gli italiani che già oggi utilizzano abitualmente l'**Intelligenza artificiale**: una cifra pari al 28% della popolazione che naviga su Internet, in base ai dati Digital Analytics MyMetrix di Comscore.

Anche le strutture alberghiere ed extralberghiere si stanno adattando a questa tendenza sempre più marcata con l'implementazione di robot, assistenti virtuali in grado di parlare più lingue e di gestire richieste 24 ore su 24 e interazioni con l'IA direttamente in camera. Novità e trend che saranno al centro di **InOut | The Hospitality Community**, l'evento leader in Italia per l'industria dell'ospitalità che si svolgerà in contemporanea con [TTG Travel Experience](#) dall'8 al 10 ottobre alla Fiera di Rimini, entrambi organizzati da **Italian Exhibition Group**. E sarà dunque un'occasione importante per incontrarsi anche con le principali innovazioni del mondo dell'intelligenza artificiale ad uso e consumo degli operatori turistici.

I tre focus di InOut

Hotel, catene alberghiere, architetti, designer, general contractor, campeggi, stabilimenti balneari e aziende di costruzione troveranno le soluzioni più avanzate per un'ospitalità che metta al centro benessere, tecnologia, funzionalità e sostenibilità. **Tre i focus principali**: oltre alla **tecnologia** le novità riguarderanno anche il **well-being**, con un approccio olistico che integra wellness, rigenerazione fisica e mentale, sport e food, come elemento essenziale di una vacanza all'insegna del benessere. Così all'interno di **Poolwide**, area pensata per accogliere le aziende del settore wellness, si potranno trovare le migliori novità per piscine, idromassaggio, docce polifunzionali, saune e bagno turco, soluzioni per spa, impianti, coperture, rivestimenti, accessori, arredi e attrezzature per la manutenzione.

Infine, l'area **sport & fitness**, sempre più presente nell'esperienza turistica moderna: a InOut il focus sarà principalmente su attrezzature professionali indoor e outdoor e proposte ricreative, tra campi polifunzionali ed aree per intrattenimento all'aperto.

«Il benessere oggi non è più confinato alle sole aree spa, ma diventa un'esperienza diffusa che attraversa ogni ambiente dell'ospitalità, dagli spazi outdoor alle camere connesse, fino alle tecnologie che semplificano la vita degli ospiti - ha ribadito **Gloria Armiri**, Group Exhibition Manager di TTG Travel Experience e InOut | The Hospitality Community -. A InOut mostriamo come sport, wellness e intrattenimento possano trasformarsi in un **valore concreto per le strutture ricettive**, rispondendo a una domanda sempre più attenta alla qualità e alla personalizzazione dell'esperienza di soggiorno». Un'offerta completa che sarà arricchita da un palinsesto convegnistico dove si analizzerà l'impatto dell'IA nel settore ricettivo, oltre all'importanza delle aree benessere, grazie all'intervento di numerosi esperti di caratura nazionale e internazionale.

Il premio ADI e i Vision Lab

Per il secondo anno consecutivo, inoltre, InOut promuoverà gli **ADI InOut Hospitality Design Award**, la competizione realizzata insieme ad ADI (Associazione per il Disegno Industriale) per premiare le migliori innovazioni nel mondo dell'ospitalità. Il concorso è riservato esclusivamente agli espositori con prodotti commercializzati o da un'azienda del Paese oppure realizzati da un designer (o un team) italiano; il vincitore potrà partecipare così all'**ADI Design Index 2026**, ovvero la preselezione del prossimo 'Compasso d'Oro', l'ambitissimo concorso considerato il 'Nobel' del design. Infine, nello spazio di InOut interamente dedicato all'outdoor e all'evoluzione degli ambienti esterni nell'accoglienza contemporanea torneranno per la terza edizione i **Vision Lab**: una superficie espositiva articolata in quattro ambientazioni tematiche ispirate a città, mare, montagna e campagna.



Recensioni online: arriva il codice di condotta europeo

L'obiettivo è di garantire agli utenti che **recensioni e valutazioni online** di hotel e altri tipo di alloggi turistici siano **affidabili e sicure**. La commissione Ue ha approvato il **codice di condotta europeo sulle recensioni online**, voluto dal commissario Ue al turismo, **Apostolos Tzitzikostas**.

Tra le parti che hanno contribuito alla stesura del documento ci sono piattaforme online del calibro di Airbnb, Booking.com, BravoNext Sa (proprietaria di lastminute.com), Expedia Group, Tripadvisor; alcune importanti catene alberghiere e strutture ricettive e associazioni come Adiconsum e Altroconsumo. Tra le istituzioni, in prima fila c'è il **ministro del Turismo italiano**.

Adesione volontaria e regole precise

L'adesione al codice, è su base volontaria, ma chi lo firma dovrà attenersi a precise disposizioni. Le stellette attribuite alle strutture, ad esempio, vanno distinte da quelle assegnate dai singoli utenti, le valutazioni a pagamento vanno rese riconoscibili e sarà possibile **bannare o bloccare l'account** dei recensori in malafede. I proprietari di alloggi potranno rispondere ai clienti insoddisfatti tramite **format predefiniti**, ma le recensioni in forma anonima o sotto pseudonimo saranno permesse solo agli utenti già verificati dalle piattaforme, affinché questi siano perseguibili in caso di comportamento fraudolento o abusivo.

Dal canto loro le piattaforme, le OTA e i motori di ricerca dovranno **garantire trasparenza**, spiegando agli utenti in che modo vengono calcolati i punti attribuiti alle strutture. O denigratori scoperti a manipolare recensioni saranno bannabili, bloccabili, sospesi oppure etichettati. Altro punto importante è l'obbligo di **distinguere** con chiarezza le **classificazioni** emesse dalle organizzazioni ufficiali dalle mere valutazioni degli utenti, affinché i clienti possano distinguere facilmente tra le due categorie.

Da parte loro, i proprietari o gestori di alloggi chiamati in causa dalle recensioni negative potranno **rispondere pubblicamente**, attraverso canali e processi predefiniti, gestendo reclami o incomprensioni a vantaggio dei futuri clienti. Le risposte dovranno rispettare standard di contenuto e attenersi alle linee guida della piattaforma di hosting. Un'ulteriore garanzia di sicurezza e chiarezza per gli utenti.

Turismo golfistico: al via l'intesa ministeri-FederGolf

Obiettivo: far crescere l'Italia come [meta golfistica](#) tra le più ambite al mondo. Il potenziale c'è, ma va sviluppato in sinergia tra attori istituzionali e operatori del settore. Questa, in sintesi, l'idea alla base del protocollo d'intesa firmato dal **Ministero del Turismo**, il **Ministro per lo Sport e i Giovani** e la **Federazione Italiana Golf**.

“Con l'accordo sottoscritto – ha dichiarato il Ministro del Turismo, **Daniela Santanchè** – intendiamo promuovere e sviluppare il turismo golfistico, favorendo sinergie tra l'ecosistema del golf e il comparto turistico, anche attraverso azioni mirate e valorizzando il ruolo di **Enit**”.

La visione strategica

Tra gli obiettivi dichiarati: la destagionalizzazione dei flussi turistici, lo sviluppo delle destinazioni minori, l'aumento della permanenza media dei visitatori e la massimizzazione degli impatti economici sul territorio in occasione di eventi e tornei.

Riguardo il miglioramento e la diffusione delle infrastrutture golfistiche, il **Ministro per lo Sport e i Giovani, Andrea Abodi**, ha citato espressamente il sud Italia: “In collaborazione anche con il Ministero dell'Economia stiamo elaborando un piano di fattibilità per la costituzione di un fondo immobiliare golfistico dedicato prioritariamente al sud Italia, che confidiamo possa essere uno strumento strategico per l'attuazione del protocollo”.

Il potenziale di sviluppo

Forti dell'esperienza positiva della **Ryder Cup 2023** (che ha generato oltre 513 milioni di euro tra effetti diretti e indiretti), il MiTur prosegue con questo intento promozionale, già indicato nel Piano Strategico del Turismo come asset rilevante, perché il golf attrae turismo di qualità. “Lo sforzo”, ha concluso il Ministro Santanchè, “è costruire una visione strategica condivisa: non possiamo più considerare il singolo campo da golf come un elemento isolato, ma parte di un sistema. Dobbiamo fare squadra, creare un network solido tra operatori e istituzioni, superando frammentazioni e mancanza di dialogo tra i diversi attori del settore”.

L'Italia si posiziona già al quarto posto a livello globale nelle preferenze dei ‘true luxury travellers’ per il golf, dietro solo a Stati Uniti, Regno Unito e Francia e l'importanza del golf è confermata dalle stime a livello internazionale, che prevedono un tasso di crescita annuo del 6% per il mercato globale del turismo golfistico.

FONTE TTG ITALIA

Bonifici istantanei: cosa cambia davvero per i consumatori

I bonifici istantanei diventeranno una realtà obbligatoria per tutte le banche e gli istituti di pagamento in Europa. È quanto stabilito dal **Regolamento UE 2024/886**, che mira a rendere i trasferimenti di denaro più veloci, sicuri ed economici. Una rivoluzione per i consumatori, ma anche un terreno da affrontare con cautela, soprattutto in termini di sicurezza.

Cosa sono i bonifici istantanei : i bonifici istantanei (o SEPA Instant Credit Transfer) sono trasferimenti di denaro che avvengono in tempo reale, in massimo 10 secondi, 24 ore su 24, 7 giorni su 7, tutti i giorni dell'anno. Sono irrevocabili e permettono di accreditare una somma direttamente sul conto del beneficiario in pochi istanti.

Le principali novità

1. Obbligo per tutte le banche: Tutte le banche europee che operano con l'euro dovranno offrire il servizio di bonifico istantaneo, superando l'attuale modello opzionale.

2. Stesso costo del bonifico ordinario: Il bonifico istantaneo dovrà costare quanto un bonifico standard. Non sarà più possibile applicare costi aggiuntivi, come spesso avviene oggi con commissioni da 1 a 3 euro.

3. Verifica del beneficiario: Prima di confermare il pagamento, il sistema confronterà l'IBAN inserito con il nome del beneficiario. Se non coincidono, l'utente verrà avvisato del possibile errore o truffa.

4. Rafforzamento dei controlli antiriciclaggio: Gli istituti finanziari dovranno aggiornare quotidianamente i controlli su liste di soggetti coinvolti in attività illecite, anche per i bonifici istantanei.

Sicurezza dei bonifici istantanei: cosa sapere - Uno dei temi centrali della nuova normativa è proprio la **sicurezza**. I bonifici istantanei sono efficienti, ma per loro natura presentano criticità che è importante conoscere.

Verifica del nome e dell'IBAN - Quando si inserisce un IBAN, il sistema verificherà se il nome del beneficiario corrisponde. In caso di discrepanza, l'utente riceverà un avviso. Attenzione: il trasferimento non viene bloccato, ma si tratta di un utile strumento per evitare errori e frodi.

Irrevocabilità del pagamento - Una volta confermato, il bonifico istantaneo non può essere annullato. Questo lo rende poco adatto a transazioni tra sconosciuti, per esempio nei marketplace online, dove i rischi di truffa sono alti.

Controlli antiriciclaggio quotidiani - Il nuovo regolamento obbliga le banche a eseguire controlli giornalieri su tutte le operazioni. L'obiettivo è evitare che il sistema venga usato per trasferimenti illeciti o riciclaggio di denaro.

Protezione dei dati - Le banche dovranno garantire che tutte le informazioni raccolte per verificare l'identità del beneficiario siano trattate nel rispetto del Regolamento europeo sulla privacy (GDPR).

Consigli utili

- Controlla sempre l'IBAN e il nome del beneficiario prima di inviare il pagamento. Se hai ricevuto l'IBAN tramite email o messaggio, verifica che sia autentico.
- Non usare i bonifici istantanei per pagamenti a sconosciuti, specialmente su social o marketplace.
- Se ricevi un avviso di mancata corrispondenza nome/IBAN, fermati e indaga prima di confermare. In caso di errore, contatta subito la tua banca. Anche se non puoi annullare il bonifico, è possibile avviare una procedura di richiesta fondi.

FONTE EUROCONSUMATORI

COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



SERVIZIO DI CONSULENZA LEGALE

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

Diritto civile

Contrattualistica nazionale e internazionale

Diritto commerciale e societario

Controversie di lavoro

Recupero del credito

Esecuzioni mobiliari e immobiliari

Procedure concorsuali

Infortunistica stradale

Diritto di famiglia

Amministrazione di sostegno

Diritto delle successioni

Locazioni e condominio

Privacy e protezione dei dati personali (GDPR)

Azione civile nel processo penale

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

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

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



VUELTA 2025 IL PIEMONTE SI CONFERMA TERRA DI SPORT E CICLISMO

Il Piemonte si conferma destinazione di riferimento per chi vive la bici in chiave sportiva. **Torino, Novara, Alba, Limone Piemonte, San Maurizio Canavese, Ceres e Susa** hanno accolto le prime quattro tappe della corsa, trasformandosi in palcoscenici capaci di unire spettacolo, passione e grande partecipazione di pubblico.

Visit Piemonte è stato presente con spazi dedicati nelle aree di partenza e arrivo, al fianco delle ATL delle diverse aree. Migliaia di visitatori hanno avuto l'occasione di scoprire non solo le bellezze del territorio, ma soprattutto la vocazione sportiva del Piemonte, raccontata attraverso materiali promozionali e contenuti che mettono in primo piano i percorsi delle grandi competizioni.

L'alto afflusso di persone registrato dimostra come il **“prodotto bici”** sia ormai un **pilastro dell'offerta turistica, cicloturistica e sportiva**. Sempre più appassionati viaggiano per seguire i grandi eventi e per pedalare sulle stesse strade dei campioni, trasformando la passione per lo sport in un nuovo modo di vivere la vacanza: un pubblico che cerca emozioni, competizione e itinerari iconici in un modello di turismo che unisce sport e scoperta del territorio, rafforzando la vocazione internazionale del Piemonte come destinazione d'eccellenza per il ciclismo e per lo sport in generale.



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, agiscano in un'ottica di problematiche strettamente affini a quelle delle aziende alberghiere e contribuiscano a tutti gli effetti alla composizione dell'offerta turistico-ricettiva nella Provincia del V.C.O. L'Associazione aderisce a **Federalberghi** e all'Unione Regionale delle Associazioni Piemontesi Albergatori (**Federalberghi Piemonte**).

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



APP / WEB & TECH

Web in viaggio: l'Italia sul podio delle mete con
la migliore connettività

Internet non troppo veloce, ma **cybersecurity** eccezionale: queste le principali caratteristiche della connessione web in Italia secondo l'Internet Connectivity Index di Saily, l'eSIM di viaggio di **NordVPN**.

Il Belpaese riesce così a piazzarsi ben al terzo posto nel mondo nella classifica dei Paesi con la migliore connettività internet per viaggiatori e lavoratori da remoto. Al primo posto la Francia, seguita dalla Danimarca. Come riporta una nota di Saily, seguono Polonia, Spagna, Paesi Bassi, Lituania, Portogallo, Romania e Austria.

“L'Italia si distingue per misure di sicurezza informatica particolarmente efficaci - afferma la nota -, che si traducono in punteggi elevati sia nella protezione legale sia nella capacità di contrastare i crimini informatici. Città come **Milano** e **Roma** stanno registrando rapidi miglioramenti nella velocità e stabilità della rete, rendendole sempre più attraenti per i nomadi digitali e i professionisti in cerca di connessioni affidabili e ultra veloci”.

FONTE TTG ITALIA