



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni
Italiane Alberghi e Turismo



Volume 18, Numero 08

AGOSTO 2026

FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
LAVORO NEL TURISMO - ATTRARRE DI PIU' I GIOVANI	PAG 6
VOLI E DIRITTI DEI PASSEGGERI - AGG. TI	PAG 7
TURISMO IN ITALIA - CONFERMATI I TREND POSITIVI	PAG 8
CARTA IDENTITA' CARTACEA	PAG 9
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 10
AZIENDE PARTNERS	Da PAG 3 a PAG 5 Da PAG 11 a PAG 13 PAG 15 PAG 23
TRIBUNALE APERTA	PAG 14
MEETING INDUSTRY IN ITALIA	PAG 16 e 17
TURISMO VCO - CRESCE IL VALORE DELLA DESTINAZIONE	PAG 18 e 19
FALSE RECENSIONI	PAG 20 e 21
LA TRASPARENZA RETRI- BUTIVA NELLE STRUTTU- RE RICETTIVE	PAG 22
VISIT PIEMONTE	PAG 24
APP - DIGITALE & DINTORNI	PAG 25

OVERVIEW

Tax free shopping, la Gen Z traina la crescita italiana

La Spagna ne attrae di più, ma da noi **spendono cifre più considerevoli**. Sono i **viaggiatori della Gen Z** che fanno acquisti con il **tax free shopping**, come evidenzia la nuova analisi di **Global Blue**, che fotografa i comportamenti d'acquisto dei giovani viaggiatori internazionali tra aprile 2025 e marzo 2026. In Italia, nell'ultimo anno, il numero di shopper Gen Z è **cresciuto del 22%**, mentre la **relativa spesa tax free è aumentata di 11 punti percentuali**, confermando il ruolo sempre più centrale di questa generazione nella trasformazione del retail. Il nostro Paese è, dunque, **al primo posto** per contributo alla spesa tax free generata da questa fascia di consumatori, con il **28% del totale europeo**.

“La Generazione Z non è più soltanto un segmento emergente - sottolinea **Denise Bolandrina**, marketing & communication director Italy di Global Blue -, ma una componente sempre più strategica per il tax free shopping in Italia. Stiamo osservando consumatori guidati da nuove logiche di acquisto, in cui valore percepito, desiderabilità del prodotto e influenza dei social media giocano un ruolo determinante. Per i brand, questo significa ripensare l'esperienza in-store, investendo nella formazione del personale e in modalità di comunicazione più vicine ai codici della Gen Z”.

Milano seconda in Europa per spesa

L'Italia può poi contare su **tre destinazioni tra le sei città europee più rilevanti** per gli acquisti tax free della Generazione Z. In particolare, **Milano** si conferma la seconda destinazione europea per spesa, con una quota dell'11%, dietro soltanto a Parigi. Nelle due capitali della moda, la spesa media supera i 1.400 euro per shopper, ben al di sopra di città come **Roma** (870 euro), Barcellona (720 euro), Madrid (670 euro) e **Firenze** (600 euro). La spesa verso i brand luxury cresce del 6%, mentre quella destinata ai marchi exclusive registra un incremento del 35%, valori superiori rispetto a quelli osservati dalle altre generazioni.

Stati Uniti e Cina guidano la crescita

Tra le principali nazionalità, gli **Stati Uniti** si confermano il **primo mercato di provenienza** della Gen Z in Italia: rappresentano il 21% degli shopper, in crescita del 20%, e generano il 18% della spesa, con una spesa media per shopper di circa 1.000 euro. Particolarmente significativa anche la performance dei viaggiatori cinesi, che oggi rappresentano il 10% degli shopper Gen Z, in aumento del 48%.

FONTE / TTG ITALIA

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO



Franky360
VIRTUAL TOURS | CREATIVE MEDIA | INNOVATION

Le tue stanze sono piene, ma...
**QUANTO STAI LASCIANDO
IN COMMISSIONI ALLE OTA?**



Aumenta le prenotazioni dirette dal tuo sito
per la fine dell'estate e l'autunno.
Mostra la tua struttura con un Virtual Tour.

**Bonus Convenzione:
-500€ sul pacchetto base
per le prime dieci strutture.**



Tel : 348 6976906



Mail: info@franky360.it



Sito web : www.franky360.it

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

himade
HOSPITALITY

DESIGN CIRCOLARE
MADE IN ITALY

TU LO CHIAMAI
SCARTO.
NOI LO CHIAMIAMO
DESIGN.

E TU, CHE STORIA RACCONTI AI TUOI OSPITI?

HiMade salva la materia prima che diventi scarto e la trasforma in
arredi unici, su misura per la tua struttura.

Pezzi che i tuoi ospiti **notano, fotografano e raccontano**

Guarda cosa può diventare ciò che tutti buttano via.

www.himade.it
info@himade.it

**DAI AL TUO HOTEL
UN'IDENTITÀ CHE
SI RACCONTA**

Inquadra il QR code e contattaci ora



Lavoro nel turismo: Attrarre di più i giovani”

A dimostrarlo sono i dati: l'**attrattività dell'Italia sui mercati internazionali** è indiscussa e alcuni degli indicatori, come il tasso di saturazione Ota e le tariffe medie, sono migliori e più competitivi rispetto ai nostri rivali del Sud del Mediterraneo. Un bel risultato, che ha spinto la presidente del Consiglio Giorgia Meloni a scrivere sui social: *“L'Italia si conferma al vertice del turismo europeo anche per l'estate 2026”, ringraziando “imprenditori, lavoratori e operatori del settore che ogni giorno contribuiscono a rendere l'Italia una meta sempre più attrattiva e competitiva”*.

Un settore strategico

Il turismo si conferma, dunque, un settore strategico capace di **generare occupazione**, opportunità di crescita professionale e valore per l'economia del Paese. Le ultime cifre parlano di oltre 1,6 milioni di contatti di lavoro attivati in un semestre in un comparto che, a oggi, rappresenta il 21,9% dell'intera domanda nazionale; più di un'assunzione su cinque in Italia passa, dunque, dal settore turistico. Un mercato del lavoro in grado di offrire percorsi professionali e retribuzioni in linea con altri settori.

Le responsabilità della leadership

Tutto bene, dunque? Non proprio perché la leadership non è un traguardo, bensì una responsabilità. I dati diffusi dal Ministero del Turismo sono una buona notizia per il nostro Paese e confermano che l'Italia resta un **punto di riferimento internazionale** per qualità dell'offerta e rapporto qualità-prezzo. Questo risultato è merito delle **imprese alberghiere** e di tutti coloro che lavorano ogni giorno per offrire ai nostri ospiti un'esperienza unica, basata sull'eccellenza dei servizi e sulla bellezza del nostro territorio.

L'importante, ora, è non fermarsi ai risultati raggiunti ma **fare sistema**, rafforzando la collaborazione tra imprese e istituzioni: Stiamo andando nella direzione giusta, ma dobbiamo lavorare a una **visione a 10 anni del nostro settore**, capace di richiamare il turismo di qualità e di valorizzare il capitale umano, diventando attraente per i **giovani talenti**.



FONTE TTG ITALIA

Voli e diritti dei passeggeri: approvato il testo definitivo

Il Parlamento Europeo ha dato il via libera definitivo alle modifiche al regolamento sui [diritti dei passeggeri](#) aerei, provvedimento che nelle scorse settimane aveva ricevuto severe critiche sia da parte delle compagnie aeree sia in generale dal mondo del turismo organizzato. Il provvedimento è stato votato con 646 voti favorevoli, 12 contrari e 3 astensioni.

Il principio mantenuto dagli eurodeputati è quello delle **tutele adeguate per i passeggeri** su temi come cancellazioni, ritardi, interruzioni di viaggio o negato imbarco. Nel testo definitivo si ribadisce il diritto a rimborso integrale o trasporto alternativo in caso di cancellazione del volo, con importi variabili, per i **risarcimenti, tra i 250 e i 600 euro** in base alla lunghezza del volo coinvolto.

Assistenza e ristori

Altri punti rimarcano la necessità di rapidità nei rimborsi con scadenze e modalità che dovranno essere rese note ai passeggeri in maniera chiara. Ribadito anche l'obbligo di garantire a qualsiasi persona che accompagna un **minore di 14 anni** un posto adiacente in aereo senza costi aggiuntivi. Per le compagnie aeree viene mantenuto inoltre l'obbligo di fornire assistenza sotto forma di **ristori, pasti oppure alloggio** in caso di ritardi prolungati, mentre sono state definite anche le circostanze eccezionali che non competono al controllo dei vettori e per le quali le aerolinee possono essere esentate dai rimborsi.

Tema bagagli

Altri punti importanti quelli relativi ai **biglietti di andata e ritorno e dei bagagli a mano**. Nel primo caso i passeggeri potranno utilizzare il ticket di ritorno anche nel caso non abbiano usufruito del volo di andata senza supplementi. Mentre nel secondo caso c'è stato un avvicinamento con le compagnie: dovrà essere garantito il trasporto a bordo di una piccola borsa o zaino gratuitamente mantenendo però la massima trasparenza sulla tariffa finale comprensiva di bagaglio aggiuntivo.

Ultimo elemento approvato quello che concerne eventuali **correzioni di errori di ortografia** nel nome o per l'utilizzo della versione stampata di una carta d'imbarco: anche in questo caso nessun costo aggiuntivo e diritto assoluto all'imbarco in aereo.

TURISMO IN ITALIA - NEL SECONDO TRIMESTRE CONFERMATI TUTTI I TREND POSITIVI

Il turismo italiano continua a registrare risultati positivi e che guardano alla crescita. A giugno, il tasso di saturazione OTA ha raggiunto il 61,3%, +13,4% rispetto allo stesso periodo del 2025. I valori più alti si registrano in Veneto, con il 67,94%, e nel Lazio, con il 65,01%, mentre Sardegna, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna e Toscana superano il 63%. Il dato italiano è superiore a quello di Spagna, al 53,28%, e Francia, al 52,29%, e appena inferiore a quello della Grecia, al 63,84%. Per il periodo giugno-agosto, il tasso di saturazione OTA complessivo previsto è del 51,2%, superiore a quello di tutti i competitor europei considerati.

Ad aprile, l'Italia ha registrato 12,8 milioni di arrivi, in crescita del 20,6% rispetto allo stesso mese del 2025, e 36,2 milioni di presenze, in aumento del 21,5%. Nello stesso mese, le presenze sono state 34,7 milioni in Germania, 6,9 milioni in Grecia e 39,9 milioni in Spagna. La componente estera rappresenta il 63,9% delle presenze complessive e la permanenza media si attesta a 2,8 notti.

Sempre ad aprile, il traffico aereo ha superato i 20 milioni di passeggeri, con un incremento del 2,6%. I passeggeri internazionali sono stati 14 milioni, in crescita del 3,6%. Nel primo trimestre del 2026, il saldo della bilancia dei pagamenti turistica ha registrato un surplus di 1.642 milioni di euro, in aumento del 34,3% rispetto allo stesso periodo del 2025 e del 29,0% rispetto al 2019.



<https://lnkd.in/dX3ci3aj>

FONTE / MINISTERO DEL TURISMO

Carta d'identità cartacea: stop all'utilizzo dal 4 agosto 2026

Dal **4 agosto 2026**, le carte di identità in formato cartaceo per legge **cesseranno di essere valide**.

Nonostante il recente dietrofront del Governo che ne ha prolungato la validità sul suolo nazionale, molti istituti bancari e intermediari finanziari hanno adottato restrizioni e policy interne più rigide per prevenire le frodi e adeguarsi agli standard di sicurezza europei.

Pertanto, ti forniamo le seguenti indicazioni:

- se hai fornito alla Banca come unico documento la carta di identità in formato cartaceo **ti invitiamo a fornire, appena possibile, un altro documento di identità valido (Carta di Identità Elettronica – CIE -; passaporto o altri)**. Puoi farlo facilmente sia accedendo ai siti web della propria banca oppure tramite App dedicata.
- **Per l'apertura di nuovi rapporti bancari** (es. apertura di un nuovo conto corrente) la carta di identità cartacea non potrà più essere utilizzata;
- **Invece, per eseguire operazioni bancarie sui rapporti già esistenti** (ad es. operazioni sul conto di cui sei già titolare), la carta di identità cartacea sarà ancora accettata per l'identificazione fino alla sua naturale scadenza.



Carta d'identità cartacea: cosa cambia dal 3 agosto 2026
Informazioni utili per i clienti della banca

Il diagramma illustra la transizione dalla carta d'identità cartacea (a sinistra) alla carta d'identità elettronica (a destra), con una data di riferimento del 3 agosto 2026 (al centro).

Da questa data la carta d'identità cartacea non sarà più valida, anche se non ancora scaduta.

Cosa prevede la norma
Il Regolamento UE 2025/1208 prevede il superamento dei documenti d'identità cartacei per favorire il passaggio alla CIE - Carta d'Identità Elettronica, più sicura e conforme agli standard europei.

Cosa significa per te

- La carta d'identità cartacea non potrà più essere utilizzata come documento valido di riconoscimento.
- La sostituzione va richiesta al proprio Comune.
- È consigliabile prenotare per tempo il rilascio della CIE, senza attendere l'ultimo momento.

Perché è importante anche in banca
Per molte operazioni può essere richiesto un documento di identità valido. Verifica per tempo il tuo documento per evitare disagi.

FONTE - ISTITUTI BANCARI



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: L'Ispettorato del Lavoro ha multato un ristoratore che non ha fatto effettuare la visita medica ad una dipendente che svolge la mansione di cameriera, ma il Medico del Lavoro che ci segue dice che la visita non è necessaria. Come stanno realmente le cose?



Risposta:

Il Medico del Lavoro convenzionato con EBTurismo interprovinciale NO&VCO, conferma che le cameriere di sala non siano soggette a sorveglianza sanitaria mentre sono soggette a visita medica le cameriere minorenni e le cameriere ai piani.

Quesito: In merito alla recente legge italiana sulle recensioni on line (11 marzo 2026 n. 34), l'albergatore ha quindi diritto alla replica?

Risposta:

Purtroppo il diritto di replica non è previsto espressamente dalla neo legge ma Federalberghi Nazionale ritiene che **discenda come obbligo indiretto** dall'applicazione del regolamento europeo **digital service act** che impone alle piattaforme (OTA) di applicare condizioni generali chiare, trasparenti e coerenti in materia di recensioni.

Inoltre, non consentire il diritto di replica potrebbe configurare a nostro parere una pratica commerciale ingannevole nei confronti dei consumatori.

GIUSTACCHINI BUSINESS

IL TUO NUOVO PARTNER PER LE FORNITURE PROFESSIONALI



IGIENE
PROFESSIONALE



CANCELLERIA
E PRODOTTI PER UFFICIO



STAMPANTI
ED INFORMATICA



SMALTIMENTO TONER
ESAUSTI E RAEE



**CONSEGNA
IN 24/48 ORE**
con corriere nazionale



PORTALE WEB
per effettuare gli ordini in
autonomia



**CONSULENTE
COMMERCIALE
DEDICATO**
che saprà consigliarvi nei
vostri acquisti di prodotti e
servizi



Seguici su
www.giustacchini.it



Alessandra Nanni

Cell. 339 2639780

✉ alessandra.nanni@giustacchini.it



SICUREZZA



FORMAZIONE



QUALITÀ



NETWORKING

SOLUZIONI COMPLETE
PER LA TUA STRUTTURA,
OGNI GIORNO

Meeting industry in Italia: un valore di 13,2 miliardi di euro

La **meeting industry italiana** gode di ottima salute. I dati sono quelli di **Federcongressi&eventi**, che segnala come il settore nel 2025 sia stato capace di generare un **valore economico diretto** di **13,2 miliardi di euro**.

Come emerso nel corso dell'evento 'Il valore della meeting industry: Interpretare il futuro attraverso i dati OICE', lo scenario globale complesso dal punto di vista economico, politico e sociale non ha avuto ripercussioni sul comparto che, dal 2022 al 2025, registra un **tasso medio annuo di crescita composto del 6,4%**.

Guardando al 2025 l'OICE, l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi promosso da Federcongressi&eventi e realizzato da ASERI-Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica, rileva che in Italia sono stati realizzati **365.789 eventi** per un totale di 28.627.455 partecipanti e 43.275.254 presenze.

Una fase di equilibrio

“Dopo il rilancio e il rimbalzo del periodo post-pandemico - afferma **Roberto Nelli**, docente di Marketing all'Università Cattolica e responsabile scientifico della ricerca - la meeting industry italiana entra in una nuova fase di equilibrio caratterizzata, rispetto al 2019, da una **maggiore quota di eventi internazionali**, da meeting di minore durata media, ma con un più alto numero medio di partecipanti. Nel 2025 gli eventi da più di un giorno hanno generato circa 30 milioni di presenze, pari al 10,4% del totale delle presenze alberghiere in Italia, con una spesa media pro-capite complessiva di 312 euro, il 3,7% in più sul 2024”.

Il mercato è, dunque, in una fase matura e, contemporaneamente, di grandi cambiamenti, come la scelta anche di spazi 'non convenzionali', che non hanno come core business ospitare eventi e che non sono stati progettati con questa finalità.

Gli spazi 'non convenzionali' nel periodo dal 2014 al 2025 hanno incrementato il numero di eventi ospitati a un tasso medio annuo composto del 6,6%, con un forte slancio soprattutto dopo la pandemia, crescendo dal 2022 mediamente all'anno del 12,5%.

I dati del turismo congressuale in Italia

Secondo l'Osservatorio dei Congressi e degli Eventi-OICE la **quota degli eventi nazionali diminuisce**, passando dal 39,4% del 2024 al 32,3%, mentre cresce quella degli **eventi locali** passando dal 47,2% al 54,8%. La quota degli eventi internazionali (12,9%) rimane elevata anche nel 2025, nonostante la leggera flessione rispetto al 2024 (quando aveva raggiunto il 13,4%), registrando comunque un valore superiore a quello del 2019 (9,8%).

Il **Nord**, che concentra **più della metà delle sedi** (53,4%), ha ospitato **oltre la metà degli eventi** (59,1%) con un aumento rispetto al 2024 dell'1,8%. Il Centro ha registrato il 23,7% degli eventi, il Sud il 10,9% e le Isole il 6,3%.

Gli **alberghi con sale meeting** si confermano la **tipologia di sede più utilizzata** e, infatti, hanno concentrato il 76,6% degli eventi totali, il 50,8% dei partecipanti e il 51,1% delle presenze. I centri congressi e fieristico congressuali, decisivi per attrarre i grandi eventi e congressi internazionali, hanno ospitato il 2,3% degli eventi, l'11,6% dei partecipanti e il 15,4% delle presenze totali.





Verbania, 13 luglio 2026

COMUNICATO STAMPA

Turismo VCO, cresce il valore della destinazione: ricavi in aumento del 5,9% e prenotazioni estive già oltre il 2025

Occupazione stabile nel primo semestre, ma aumentano le tariffe medie e il fatturato delle strutture ricettive. Ottime prospettive per l'autunno, con ottobre già in forte anticipo rispetto allo scorso anno.

Verbania, 13 luglio 2026 – Il turismo del Verbano Cusio Ossola conferma la propria capacità di creare valore e guarda con fiducia alla stagione estiva e autunnale. È questo il quadro che emerge dall'analisi dei flussi turistici elaborata su un campione di strutture alberghiere distribuite su tutto il territorio provinciale.

Dalle rilevazioni statistiche effettuate da **HBenchmark** – piattaforma italiana di *Hospitality Data Intelligence* – nel primo semestre del 2026 l'occupazione media si mantiene sostanzialmente stabile, attestandosi al 70% contro il 70,8% dello stesso periodo del 2025. Una lieve flessione che non ha però inciso sulla redditività delle imprese ricettive.

Il dato più significativo riguarda infatti il valore economico prodotto: il ricavo medio per camera cresce da 227,8 a 240,8 euro (+13 euro), mentre il fatturato complessivo sale a 21,5 milioni di euro, con un incremento del 5,9% rispetto ai 20,3 milioni registrati nel primo semestre dello scorso anno.

L'aumento delle tariffe medie ha consentito alle strutture di compensare il lieve rallentamento dell'occupazione, confermando il posizionamento qualitativo della destinazione e la capacità degli operatori di valorizzare l'offerta turistica.

Anche i mercati di provenienza evidenziano una sostanziale stabilità: la Germania si conferma il principale mercato di riferimento per il VCO, seguita dall'Italia, Stati Uniti, Svizzera, Francia, Olanda e Austria. Sul versante commerciale si osserva invece una chiara differenziazione tra le tipologie di strutture: quelle di minori dimensioni fanno maggiore affidamento sulle prenotazioni intermedie da OTA e tour operator, mentre le strutture più grandi privilegiano i canali di vendita diretti.

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



Verbania, 13 luglio 2026

Le prospettive per i prossimi mesi sono altrettanto incoraggianti. Alla data del 10 luglio 2026, le prenotazioni già acquisite per il periodo compreso tra il 10 luglio e il 31 ottobre risultano superiori rispetto allo stesso momento del 2025: l'occupazione media raggiunge infatti il 59,2%, con un vantaggio di 1,5 punti percentuali.

Ancora più rilevante l'andamento del valore delle prenotazioni: il ricavo medio già acquisito sale a 271,7 euro per camera (+17,8 euro), mentre il fatturato già prenotato raggiunge i 19,8 milioni di euro, pari a una crescita dell'11,2% rispetto allo scorso anno.

I segnali più positivi arrivano dalla parte finale della stagione: settembre registra un incremento delle prenotazioni del 14,9%, mentre ottobre mette a segno un balzo del 30%, confermando il progressivo allungamento della stagione turistica e la crescente attrattività del Verbano Cusio Ossola anche oltre i tradizionali mesi estivi.

I dati confermano quindi una destinazione capace non solo di mantenere elevati livelli di occupazione, ma soprattutto di incrementare il valore economico generato dal turismo, rafforzando la competitività del territorio e offrendo prospettive positive per l'intero 2026.

Il progetto **"Analisi dei flussi turistici"** entra ora in una nuova fase: la gestione passerà all'Ente Bilaterale Turismo NO&VCO, con l'obiettivo di estendere il monitoraggio a un bacino territoriale più ampio e fornire rilevazioni sempre più precise e dettagliate.



False recensioni, le associazioni di settore all'Antitrust: "Le Linee Guida così non funzionano"

FIPE, Federalberghi, FIAVET, FTO e Assoturismo-Confesercenti intervengono compatte nella consultazione pubblica dell'Agcm

- **Verifica e liceità:** una recensione è lecita solo se verificata nell'identità del recensore e nel rispetto dei criteri di legge: esperienza diretta, caricamento entro 30 giorni dalla fruizione del servizio, genuinità e attualità
- **Trasparenza su algoritmi di ranking:** obbligo di motivare i meri punteggi per garantire il diritto di replica
- **Divieto di cessione:** in linea con il divieto assoluto sancito dalla legge PMI, le Linee Guida non devono permettere accordi tra piattaforme per la compravendita o la cessione di recensioni

Roma, 15 luglio 2027 – Servono interventi correttivi drastici per allineare il testo proposto dall'AGCM sulle false recensioni allo spirito della Legge sulle PMI. È ciò che **FIPE, Federalberghi, FIAVET, FTO** – aderenti a **Confcommercio Imprese per l'Italia** – insieme con **Assoturismo-Confesercenti**, tra le Associazioni più rappresentative dei settori Horeca e Turismo italiano, hanno scritto all'**Antitrust** intervenendo compatte nella consultazione pubblica dell'**AGCM** sullo schema di Linee Guida per le recensioni online.

Il primo nodo critico riguarda la differenziazione introdotta dallo schema dell'AGCM tra i professionisti che pubblicano recensioni dirette e le piattaforme che ospitano contributi su servizi di terzi. Si tratta di un'asimmetria priva di fondamento nella Legge sulle PMI, che impone invece un regime unico. Dal punto di vista del consumatore, l'esigenza di affidabilità rimane identica: chi naviga in rete non percepisce queste distinzioni giuridiche ed esige la stessa trasparenza da qualsiasi sistema di recensioni. Le associazioni chiedono quindi un **corpo di regole uniformi e senza zone franche**.

La posizione delle sigle è netta anche laddove lo schema dell'AGCM si limita a prevedere blandi obblighi di trasparenza per le **recensioni "incentivate"**, mentre l'articolo 19 della Legge sulle PMI ne sancisce l'**illiceità assoluta**. Sconti, regali e promesse di utilità alterano la spontaneità dei giudizi e si configurano come pratiche manipolatorie già condannate dalla Commissione europea. Non può esistere alcuna tolleranza: **le recensioni incentivate vanno vietate in toto**, e le **sponsorizzazioni pubblicitarie devono essere nettamente separate** dal calcolo del rating complessivo delle attività.

Un ulteriore cortocircuito è rappresentato dall'ipotesi di accordi tra piattaforme per lo scambio di recensioni cosiddette "genuine". **La legge vieta in modo assoluto la cessione a qualsiasi titolo** e l'apertura a deroghe non definite rischia di legittimare un mercato opaco. Sul piano operativo, le associazioni sollecitano inoltre **l'inserimento di un chiaro riferimento alla base giuridica per il trattamento dei dati personali** (come IP, mail



di conferma e registrazioni) necessari alle verifiche antifrode. Un passaggio indispensabile per impedire ai colossi del web di usare la normativa sulla privacy come pretesto per non implementare i controlli.

Il posizionamento (ranking) delle recensioni incide sulla visibilità aziendale quanto il contenuto stesso dei giudizi. Ricordando la sanzione da 4 milioni di euro inflitta a Trustpilot per la gestione opaca dei propri sistemi, il mondo del turismo esige che **i criteri degli algoritmi e i relativi pesi di calcolo siano resi pubblici**. A tutela della legalità e della dignità delle imprese, viene ribadito che **una recensione è lecita solo se verificata**, se inserita entro 30 giorni dall'esperienza reale e se non ha superato i due anni di vita. Lo schema deve quindi **vietare i punteggi anonimi e privi di motivazione scritta**, che impediscono l'esercizio del diritto di replica, e deve garantire canali di segnalazione immediata per la **rimozione dei contenuti illeciti** in linea con il Digital Services Act.

Le Associazioni ribadiscono che le recensioni online non sono semplici commenti, ma oggi rappresentano un driver essenziale per il business, e che quelle non genuine — negative o positive — incidono direttamente sui bilanci aziendali, distorcendo il confronto concorrenziale. È fondamentale quindi che le Linee Guida pongano fine a queste distorsioni e garantiscano un ambiente digitale sicuro per imprenditori e consumatori, in piena coerenza con la Legge 34/2026. Pur apprezzando le tempistiche con cui l'Autorità è intervenuta per arginare un fenomeno che distorce il mercato, le sigle firmatarie evidenziano che il testo in consultazione rischia di neutralizzare l'efficacia del provvedimento.

FIPE - Federazione Italiana Pubblici Esercizi
Federalberghi – Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo
FIAVET - Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo
FTO - Federazione Turismo Organizzato
Assoturismo - Confesercenti



Roma, 13 luglio 2026

Oggetto: la trasparenza retributiva nelle strutture turistico ricettive – webinar – trasmissione materiali

Il decreto legislativo 7 maggio 2026, n. 96 ha recepito la direttiva (UE) 2023/970 sulla trasparenza retributiva, introducendo nuovi strumenti per verificare il rispetto della parità salariale tra uomini e donne (per i dettagli, si veda la nostra circolare n. 149 del 2026). Tra le principali novità figurano:

- l'obbligo di indicare la retribuzione iniziale o la relativa fascia negli annunci di lavoro;
- il divieto di chiedere ai candidati informazioni sui compensi percepiti nelle precedenti esperienze lavorative;
- il diritto dei lavoratori di richiedere dati sui livelli retributivi medi, disaggregati per sesso.

Per le imprese con almeno cento dipendenti sono inoltre previsti obblighi periodici di rendicontazione sul divario retributivo di genere. Qualora emergano differenziali superiori al 5% non giustificati da criteri oggettivi, può rendersi necessario avviare una valutazione congiunta con i rappresentanti dei lavoratori.

Per accompagnare le aziende nella comprensione e nella corretta applicazione dei nuovi adempimenti, Federalberghi – in collaborazione con ADAPT – ha organizzato un webinar di approfondimento lo scorso 9 luglio.

La registrazione integrale dell'incontro è disponibile sul sito internet www.federalberghi.it (sezione Federalberghi TV) e sul canale YouTube di Federalberghi, mentre il documento di presentazione con i principali contenuti del provvedimento è consultabile in allegato.

Distinti saluti.

Il Direttore Generale
(Dr. Alessandro Massimo Nucara)

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 è 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 www.xpayhotel.it



NASCE LA SPORT COMMISSION DI VISIT PIEMONTE

La **Sport Commission**, istituita in capo a Visit Piemonte, è composta dal **Presidente Silvio Carletto** e dai componenti **Paola Villata** Partnership manager per Sestrieres spa, responsabile per i comprensori di Vialattea e Bardonecchia. **Ezio Fracei**, imprenditore, con esperienza nel settore dell'ospitalità e gestione alberghiera, orientato alla cooperazione e allo sviluppo del turismo e **Roberto Montrucchio**, manager del settore sportivo e commerciale, con esperienza in progetti territoriali legati a sport ed eventi.

L'organismo svolgerà funzioni di indirizzo e supporto strategico, con l'obiettivo di rafforzare l'attrattività del Piemonte come destinazione per eventi sportivi di rilievo nazionale e internazionale, favorendo lo sviluppo del comparto sportivo e delle opportunità che esso genera per il territorio.

Le attività della Sport Commission saranno sviluppate in stretta sinergia con la struttura interna di Visit Piemonte, che ne garantirà il coordinamento e il supporto operativo, contribuendo alla costruzione di una strategia condivisa per la promozione dello sport come leva di sviluppo turistico, economico e territoriale.





L' Ospitalità al Vs. servizio!

Via G. Canina 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

Netflix compra la startup AI di Ben Affleck: Hollywood ha scelto

Netflix ha acquisito la startup di Ben Affleck per 587 milioni di dollari. Punta tutto sull'AI per fare film. **InterPositive** sviluppa strumenti di AI per la post-produzione: sistemi capaci di correggere inquadrature, sostituire sfondi e sistemare errori di illuminazione senza girare nuove scene. Netflix la sta già usando in circa 300 titoli quest'anno, con costi e tempi di produzione dimezzati.

Ma la mossa strategica non è solo tecnologica. Avere Affleck come co-fondatore trasforma una scommessa sull'AI in una storia che Hollywood può accettare. Legittimità acquistata a 587 milioni.

La vera domanda non è se l'AI cambierà il cinema. È quanto velocemente i costi caleranno al punto da ridefinire chi può permettersi di fare un film.



Fonte - Instagram