FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

pitalità al Vs. servizio !

Volume 18, Numeri 11 e 12

NOVEMBRE /DICEMBRE 26

FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
CERVELLI IN FUGA	PAG 6 e 7
IL VIAGGIO COME ESPERIENZA	PAG 8
IL MERCATO ALBERGHIERO SI POLARIZZA	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
TRIBUNA APERTA	PAG 14
RISTORAZIONE - L' AI ENTRA NEI PROCESSI QUOTIDIANI	PAG 16
GENERAZIONE Z E LAVORO	PAG 17
AFFITTI BREVI	PAG 18
BOOKING.COM	PAG 19
OLTRE 100 MISURE PER IL TURISMO	PAG 20
BAROMETRO DEL TURISMO - 3.ZO TRIM 2026.	PAG 21
OBBLIGO DI COMUNICARE POSIZIONI DISPONIBILI SU SIISL	PAG 22
CONFERIMENTO RICONOSCIMENTO DI CONSORZIO TURISTICO AL MAGGIORE	PAG 24
APP - DIGITALE & DINTORNI	PAG 25

SOCIAL :

@FederalbergVCO

Federalberghi VCO

Federalberghi VCO

OVERVIEW

Il Verbano-Cusio-Ossola cresce del 9% nei primi mesi del 2026 la spesa turistica

Il 73% della spesa turistica proviene dall'estero. In crescita i mercati di prossimità e i consumi legati a ristorazione, prodotti alimentari ed enogastronomia

La spesa turistica rilevata nel Verbano-Cusio-Ossola è cresciuta del 9% tra gennaio e agosto 2026 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Secondo l'analisi Mastercard realizzata da HBenchmark, circa il 73% della spesa proviene da visitatori internazionali. La domanda estera raggiunge il suo massimo nei mesi estivi; quella italiana e regionale è distribuita in modo più regolare durante l'anno.

Accoglienza e ristorazione restano componenti centrali, ma il dato più dinamico riguarda supermercati, negozi alimentari e specialità del territorio: la spesa in questi comparti è aumentata del 20%. Il risultato sottolinea quanto la componente gastronomica e commerciale contribuisca all'esperienza di viaggio e allarghi l'indotto oltre le sole strutture ricettive.

Svizzera, Germania e Paesi Bassi hanno guadagnato peso tra i mercati stranieri, mentre il Regno Unito ha registrato una contrazione. Sul mercato italiano, la Lombardia genera oltre il 66% della spesa nazionale e cresce dell'11%; nel mercato piemontese spicca l'area di Novara, che rappresenta oltre metà della spesa regionale.

I due principali centri turistici presentano andamenti distinti. A Stresa la spesa è cresciuta del 2% e il 78% è internazionale; l'accoglienza resta il primo comparto estero, ma segna -9%, mentre crescono enogastronomia e intrattenimento. A Verbania la spesa è salita dell'8% e il 75% è attribuito al mercato internazionale; la Germania è il primo mercato estero, con il 33,28% della spesa internazionale e una crescita del 15%. Qui supermercati e specialità alimentari sono il primo comparto internazionale per incidenza.

Per le imprese locali, l'indicazione è valorizzare insieme ospitalità, ristorazione, produzioni tipiche e commercio di prossimità, consolidando i mercati vicini e la domanda nazionale.

ESTRATTO DA COMUNICATO FEDERALBERGHI VCO

FEDERALKEROHI
FROVINCIA DEL V.CO.

Franky360
VIRTUAL TOURS | CREATIVE MEDIA | INNOVATION

TRASFORMA OGNI VISITA IN UN'ESPERIENZA: IL TOUR VIRTUALE CHE CONQUISTA.



Aumenta le prenotazioni dirette dal tuo sito

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

Franky360 - Innovazione e Media Creativi

gfl
COSMETICS

DIPRES
ACQUANET

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

osmè
organic

ECO CERT
COSMOS
ORGANIC



PRIJA È UN'ESPERIENZA
ESOTICA DI LUSSO
E BENESSERE

PRIJA



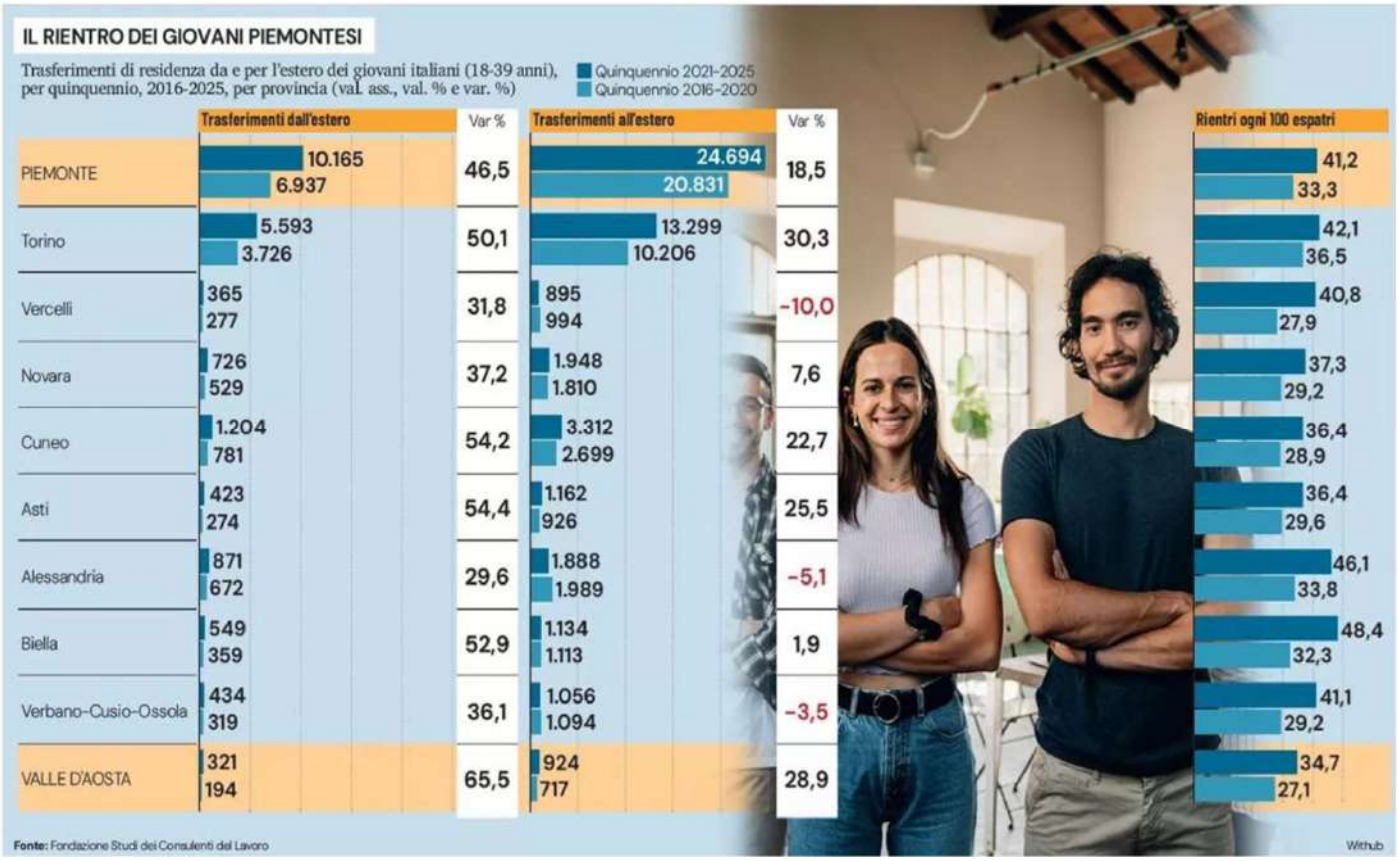
AREA MANAGER:
Sig. Gianpietro Schiffo
366 5933950
gianpietro.schiffo@dipres.it

www.dipres.it


himade
DESIGN CIRCOLARE
MADE IN ITALY
HOSPITALITY
TU LO CHIAMI 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

Cervelli in fuga, l'inversione di rotta: 10 mila giovani tornano in Piemonte

Tra il 2021 e il 2025 quattro under 39 su dieci sono rientrati dall'estero con un incremento del 46,5% rispetto ai 5 anni precedenti. In testa Torino, Cuneo e Asti. Tra i motivi: la famiglia, gli incentivi ma anche l'insoddisfazione per la qualità della vita negli altri Paesi



Diecimila giovani sono tornati a casa. Il Piemonte prova a invertire la rotta dell'emigrazione e a diventare una terra in cui costruire il proprio futuro, senza dover scegliere tra lavoro e affetti. **Tra il 2021 e il 2025, 10.165 piemontesi tra i 18 e i 39 anni hanno lasciato la residenza all'estero per tornare nella regione, con un aumento del 46,5% rispetto al quinquennio precedente**. Un segnale positivo, ma non sufficiente a cantare vittoria: nello stesso stesso periodo sono partiti molti più giovani di quanti ne siano rientrati.

Motivi restareMotivi concreti per restare

La vera sfida, dunque, non è soltanto riportarli a casa, ma offrire loro motivi concreti per restare.

Secondo i dati dell'Ufficio studi della Fondazione consulenti del lavoro, **il Piemonte registra una media di rientri più alta media nazionale del 39,8%**. soltanto. Dietro questa scelta non ci sono opportunità professionali.

- Il 67,7% dei giovani torna per motivi familiari e personali
- Il 32,4% per la nostalgia dell'Italia
- Il 23,5% per la qualità della vita
- Il 23,5% per gli incentivi fiscali

Conta anche l'equilibrio tra lavoro e tempo libero, che il 75% riconosce come punto di forza delle aziende locali.

Ma i giovani che partono sempre più di quelli che tornano

«Molti rientrano non perché trovano condizioni economiche migliori, ma perché cercano qualcosa che il solo successo professionale non può garantire, come gli affetti, le relazioni, le proprie radici e la possibilità di sentirsi parte di una comunità» spiega Marina Chiarelli, assessore regionale alle Politiche giovanili. «*Non è un rifiuto dell'ambizione, è il rifiuto di un'idea di successo che pretende di sacrificare tutto il resto»* sottolinea l'assessora. ***«Per troppo tempo abbiamo considerato normale che un giovane, per realizzare le proprie ambizioni, dovesse lasciare l'Italia, come se partire fosse l'unica strada per crescere e restare significasse accontentarsi»***. Chiarelli frena gli entusiasmi: «*Sarebbe un errore trasformare questi rientri in una celebrazione, perché nello stesso periodo dal Piemonte sono partiti molti più giovani di quanti ne siano tornati e chi rientra non sempre trova un lavoro all'altezza dell'esperienza maturata all'estero*». Il nodo è proprio questo: garantire stipendi adeguati, valorizzare le competenze acquisite fuori dall'Italia, permettere di avviare un'impresa, trovare casa e progettare una famiglia.

Gli fiscali incentivi fiscali

A favorire il ritorno contribuiscono anche gli incentivi fiscali, considerati decisivi dal 23,5% dei giovani. **Il regime agevolato per i lavoratori rimpatriati prevede, a determinate condizioni, uno sconto del 50% sulle imposte sul reddito da lavoro dipendente, annuite, fino a 600mila euro annui**. chi. La riduzione sale al 60% per chi ha un figlio minorenne a carico o diventa genitore, anche attraverso un'adozione, durante il periodo di applicazione del beneficio.

La mappa piemontese vede Torino in testa in termini di rientri, e a seguire le altre città. **Il VCO ne conta 434**. La Regione punta su università, ricerca, industria e innovazione e stanzia 4,4 milioni di euro con il programma Piemonte per i Giovani, destinato a sostenere le competenze e la partecipazione delle nuove generazioni.

FONTE LA STAMPA

Il viaggio si sceglie sempre più attraverso le esperienze

Tour, attività culturali e gastronomia diventano parte della motivazione a partire. Per gli operatori cresce il valore di un'offerta locale autentica e ben integrata.

L'esperienza non è più soltanto un'attività da aggiungere una volta arrivati a destinazione: per molti viaggiatori è uno dei motivi per partire e contribuisce a costruire l'itinerario. L'analisi di TTG Italia descrive un comparto in crescita in un contesto segnato da prenotazioni più ravvicinate alla data del viaggio, maggiore attenzione al prezzo e incertezza geopolitica.

Secondo quanto riportato dalla testata, Civitatis ha chiuso il primo trimestre 2026 con una crescita globale del 16,31%; TUI Musement ha registrato una prima metà dell'anno fiscale superiore allo stesso periodo precedente. L'Europa resta un baricentro della domanda e, tra le attività più richieste in Italia, compaiono visite ai luoghi d'arte più noti, come gli Uffizi, il Cenacolo e i Musei Vaticani, insieme al tour in gondola a Venezia e alla Reggia di Caserta.

Accanto alle attrazioni più conosciute emerge l'interesse per forme di partecipazione più diretta: passeggiate guidate, laboratori, cultura ed enogastronomia. L'obiettivo è conoscere il luogo, non soltanto attraversarlo. Per le destinazioni e le imprese ricettive, questo apre spazio a collaborazioni con guide, ristoratori, produttori e operatori locali, così da proporre soggiorni che mettano in relazione ospitalità e identità del territorio.



FONTE – TTG ITALIA

IL MERCATO ALBERGHIERO SI POLARIZZA

Il lusso continua a crescere, mentre gli hotel di fascia media affrontano margini più stretti. Per le strutture indipendenti diventano centrali identità e posizionamento.

Il mercato alberghiero mostra andamenti sempre più distanti tra le fasce di offerta. Secondo l'analisi di Linkiesta, che richiama dati di PwC, JLL, CoStar Group e Moody's Analytics, il segmento lusso mantiene indicatori solidi, mentre molte strutture economiche e di fascia media fanno i conti con flessioni dell'occupazione e margini ridotti. La concentrazione della spesa nei redditi più alti contribuisce a questa divergenza.

La polarizzazione si vede anche all'interno del lusso: le camere e le suite di fascia più alta possono vendere rapidamente, mentre le proposte d'ingresso incontrano più difficoltà. In Italia la questione riguarda da vicino una rete ampia di alberghi indipendenti e familiari, spesso collocati nella fascia intermedia e sottoposti alla pressione dei costi, degli affitti brevi e della carenza di personale qualificato.

Per le imprese, restare in una posizione indistinta rende più difficile sostenere la concorrenza. L'articolo individua nella gastronomia una possibile leva di differenziazione: una proposta coerente con il territorio può contribuire a definire l'identità della struttura, motivare la scelta dell'ospite e dare valore al prezzo. La strategia, tuttavia, deve partire da una lettura realistica del proprio pubblico e delle risorse disponibili.



FONTE – LINKIESTA

FEDERALBERGHI VERBANO CUSIO OSSOLA

MAGGIORE

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	EFFICENTAMENTO
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!



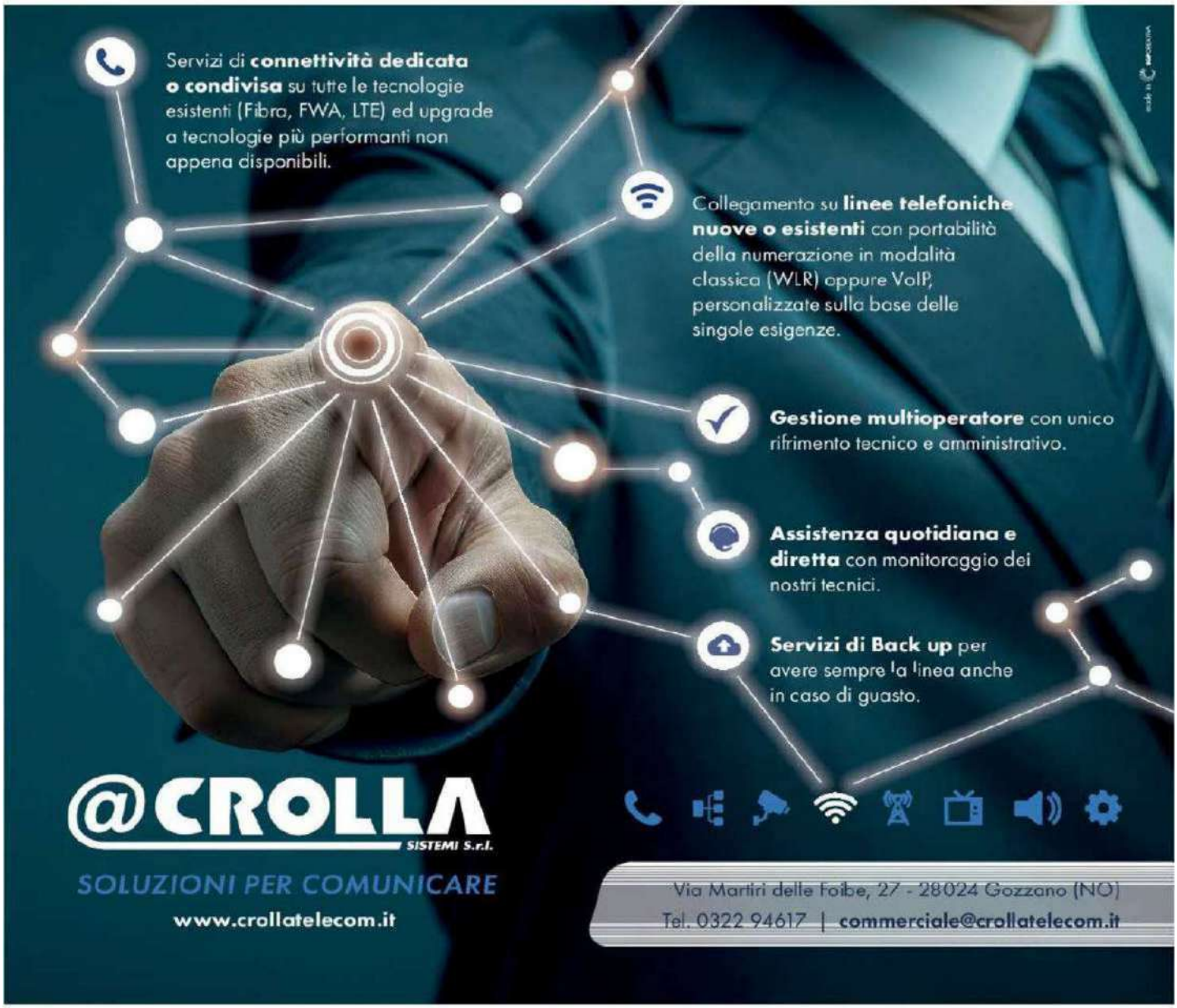
ENERGIA 100% GREEN PRODOTTA DALLE CENTRALI IDROELETTRICHE DELL'OSSOLA

info@in-energy.it

Numero Verde 800.188.569



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**.




TV Professionali multimediali
a norma GDPR
@CROLLA SISTEMI S.r.l.
SOLUZIONI PER COMUNICARE
PHILIPS
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.
www.sgpcreativa.it
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: Ho ricevuto una cartella dall'Ag. Entrate dove mi viene contestato il mancato pagamento dell'Abbonamento Rai – anno 2020. Ma non era stata sospesa per via del Covid?

Risposta:

Il decreto-legge "sostegni" 22 marzo 2021 n. 41 ha stabilito, per l'anno 2021, l'esonero integrale dal versamento del canone speciale RAI per le strutture ricettive nonché di somministrazione e consumo di bevande in locali pubblici o aperti al pubblico, comprese le attività similari svolte da enti del terzo settore. E' stata pertanto incrementata al 100% la percentuale di esonero, che in una prima fase era stata fissata al 30% . Pertanto l'esonero riguardava il 2021 e non il 2020. In questo caso la richiesta sanzionatoria dell'Ag. Entrate trova riscontro positivo.

****

Quesito: Chiedo aiuto ad interpretare correttamente la normativa relativa al PREMIO DI RISULTATO – art. 18 - ANNO 2026 in considerazione di due casi specifici

- **dipendente A:** assunto in data 01/03/2025 contratto a termine 30/09/2026 nell'anno 2025 ha preso numero 6 ratei del premio di risultato, nello specifico dal 01/03/2025 al 31/08/2025. Riassunto in data 02/04/2026 contratto a termine 30/09/2026 nell'anno 2026 ha preso numero 5 ratei meno un giorno del premio di risultato, nello specifico dal 02/04/2026 al 31/08/2026.
  La parte del rateo di SETTEMBRE 2025 gli spetta? Consideriamo però che il rapporto è stato interrotto e poi ripreso l'anno successivo?

- **dipendente B:** assunto in data 08/07/2025 contratto a termine 30/06/2026 nell'anno 2025 NON ha preso alcun rateo del premio di risultato, in quanto alla data del 31/08/2025 non aveva i tre mesi di anzianità. Riassunto in data 21/07/2026 contratto a termine 31/12//2026 nell'anno 2026 NON ha preso alcun rateo del premio di risultato, in quanto alla data del 31/08/2026 non aveva i tre mesi di anzianità.
  NON SPETTA IL PREMIO IN QUESTO CASO è CORRETTO?

Risposta:

Dipendente A: Se ha lavorato anche settembre (quindi contratto da marzo a settembre), allora nel 2026 è da includere anche il rateo di settembre. Per evitare contestazioni – per contratti a termine nell'anno – meglio prevedere I RATEI PER INTERO.... E' vero che si anticipa il rateo di settembre rispetto all'anno successivo, ma si evitano sanzioni (INPS, Ispettorato lavoro, ecc.) nel caso in cui l'anno successivo NON CI SI RICORDA DEL VERSAMENTO visto il forte turn over nel settore.
Consideriamo però che il rapporto è stato interrotto e poi ripreso l'anno successivo?
Quindi la risposta è SI

Dipendente B: Dipende: da quello che mi scrivete non si capisce in verità i mesi reali di lavoro nel 2025. E' vero che alla data del 31/08/25 non aveva maturato 3 mesi di anzianità. Se però il contratto a termine nel 2025 superasse dopo fine agosto i tre mesi richiesti, allora nel 2026 sono da erogare.
Se invece per l'intero periodo contrattuale non si raggiungono le tre mensilità, è pacifico che nulla è dovuto.

FONTE / Federalberghi e/o Associazioni correlate

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

Ristorazione, l'AI entra nei processi quotidiani

Costi elevati, clienti più attenti al rapporto qualità-prezzo e concorrenza di delivery e grande distribuzione spingono i locali a ripensare l'offerta e l'organizzazione.

La ristorazione affronta una fase in cui i costi di materie prime, personale, energia e consegne restano sotto pressione, mentre i clienti valutano con più attenzione il rapporto tra prezzo e valore. Lo studio Global Restaurant Report 2026 di FTI Consulting, ripreso da Il Sole 24 Ore, indica che le imprese stanno cercando nuove strategie per mantenere l'attrattività e la redditività.

Tra i cambiamenti osservati ci sono la crescita dei consumi fuori dal locale e il peso delle piattaforme, oltre a una concorrenza sempre più ampia da parte della grande distribuzione. Per distinguersi, i ristoratori sono chiamati a rendere l'offerta più chiara, pratica e riconoscibile, curando l'esperienza complessiva e il legame con il cliente.

In questo quadro l'intelligenza artificiale può supportare attività di back office e cucina, dalla gestione delle scorte e degli ordini all'organizzazione della preparazione e del personale. Il valore dello strumento dipende però da come viene integrato nei processi: l'adozione tecnologica deve accompagnarsi a una revisione del lavoro, con obiettivi concreti come ridurre gli sprechi, migliorare la produttività e comprendere meglio la redditività di ciascun locale.

FONTE – IL SOLE 24 ORE

Gen Z e lavoro, il carico sostenibile conta

Nel Gen Z Intelligence Report, il 52% degli intervistati dichiara che lascerebbe l'azienda se i carichi diventassero insostenibili. Il dato interpella anche il settore dell'ospitalità.

Le aspettative della Generazione Z stanno cambiando le priorità con cui le imprese attraggono e trattengono il personale. Il Gen Z Intelligence Report, realizzato da Il Sole 24 Ore con WTW e University Box, indica che l'equilibrio tra vita privata e lavoro è la priorità più citata dagli under 30; seguono stabilità e sicurezza. Più della metà degli intervistati, il 52%, dichiara che lascerebbe l'azienda in caso di carichi di lavoro insostenibili.

Per alberghi e attività turistiche, il tema è particolarmente concreto: la qualità del servizio dipende dalle persone, e la continuità dei team è importante per l'esperienza degli ospiti. Orari e turni prevedibili, formazione, ascolto e una distribuzione sostenibile dei carichi possono contribuire a rendere il lavoro più attrattivo e a ridurre il ricambio del personale.

Il dato non indica un rifiuto del lavoro o dell'impegno. Suggerisce piuttosto che, per una parte crescente dei giovani, retribuzione e prospettive devono convivere con condizioni di lavoro compatibili con la vita personale. Le imprese possono partire da un confronto regolare con i collaboratori e da una verifica dei carichi effettivi, per capire dove l'organizzazione può migliorare.



FONTE – IL SOLE 24 ORE

Affitti brevi, la banca dati amplia i controlli

BDSR Lens consente agli enti autorizzati di incrociare informazioni sugli immobili turistici e individuare possibili irregolarità, a partire dall'assenza del CIN.

La Banca Dati Strutture Ricettive del Ministero del Turismo si arricchisce di BDSR Lens, uno strumento digitale destinato a supportare i controlli sugli immobili utilizzati per locazioni brevi o turistiche. Secondo Sky TG24, vi possono accedere gli enti autorizzati, tra cui Agenzia delle Entrate, Guardia di Finanza e forze di polizia.

La banca dati permette di mappare gli immobili noti e di evidenziare possibili anomalie, a partire dall'assenza del Codice identificativo nazionale (CIN), obbligatorio per le unità abitative destinate a locazioni fino a 30 giorni. Può inoltre raccogliere informazioni su aspetti di sicurezza, come la presenza di estintori e rilevatori di fumo, e sugli adempimenti amministrativi richiesti dai Comuni.

Lo strumento punta a rendere più efficaci le verifiche e a contrastare attività non regolari e forme di concorrenza sleale. Per il settore ricettivo, il tema è legato alla trasparenza delle regole e alla tutela di chi opera nel rispetto degli obblighi previsti. L'articolo ricorda inoltre che il Regolamento europeo 2024/1028 prevede una maggiore condivisione di dati da parte delle piattaforme, inclusi pernottamenti, numero degli ospiti e Paese di residenza.



FONTE – SKY TG24

Booking.com, più libertà nella definizione delle tariffe

Le misure annunciate nell'ambito del Digital Markets Act chiariscono il ruolo dei prezzi praticati sui canali diretti e introducono più trasparenza su ranking e programmi partner.

La Commissione europea ha annunciato un pacchetto di modifiche che Booking.com applicherà per conformarsi al Digital Markets Act (DMA), con particolare attenzione al divieto di parità tariffaria. Le novità, descritte nel materiale Federalberghi fornito, mirano a consentire alle strutture di gestire con maggiore autonomia prezzi e condizioni sui canali diretti e sulla piattaforma.

I prezzi pubblicati altrove saranno utilizzati a scopo informativo e non dovranno influire sul posizionamento nei risultati di ricerca né sull'accesso ai programmi della piattaforma. Sono inoltre previste informazioni più dettagliate sui criteri dei programmi Genius, Preferred e Preferred Plus e sui parametri di ranking. Booking.com fornirà anche dati aggiuntivi sulle performance del programma Booking Sponsored Benefit e sul suo impatto per prenotazione.

Per il Booking Sponsored Benefit, il prezzo praticato su canali esterni non sarà più considerato per determinare l'accesso al programma; la piattaforma potrà continuare a proporre sconti ai clienti riconoscendo alla struttura la tariffa piena impostata dall'albergatore.

Federalberghi riferisce che continuerà a raccogliere segnalazioni e a confrontarsi con la Commissione europea e con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, per monitorare l'applicazione delle misure e i loro effetti sui canali di vendita diretta.

FONTE FEDERALBERGHI

Federalberghi propone oltre cento misure per il turismo

La piattaforma "Il turismo lavora per l'Italia" indica interventi per investimenti, nuovi servizi, contrasto all'abusivismo e riduzione della pressione fiscale.

Il turismo contribuisce alla ricchezza italiana per 234 miliardi di euro, sostiene 1,6 milioni di dipendenti e genera 57 miliardi di euro di spesa da parte dei visitatori stranieri. Sono i dati richiamati da Federalberghi nella nuova edizione della piattaforma programmatica "Il turismo lavora per l'Italia", che raccoglie oltre cento proposte per promuovere lo sviluppo del settore.

Il presidente Bernabò Bocca descrive il documento come una risposta ai nodi che ostacolano la crescita e la capacità delle imprese di competere sui mercati internazionali. Tra le priorità indicate figurano una misura strutturale a sostegno degli investimenti per riqualificare le strutture ricettive, la riforma delle regole che limitano lo sviluppo di nuovi servizi e il contrasto all'abusivismo, a tutela di ospiti, cittadini, lavoratori, imprese e fisco.

La piattaforma propone inoltre di ridurre la pressione fiscale sugli immobili strumentali, anche nei periodi in cui le imprese sono chiuse o lavorano a capacità ridotta. Federalberghi auspica che Governo e Parlamento considerino queste proposte anche nel percorso della legge di bilancio 2027.

Il documento è nato da una consultazione delle componenti del sistema associativo. Il Consiglio direttivo di Federalberghi si è riunito a Rimini il 14 ottobre, nell'ambito di InOut e TTG, per portare a termine la validazione della piattaforma. Le proposte sono state rivolte a Governo e Parlamento anche in vista della legge di bilancio 2027.

FONTE FEDERALBERGHI



in collaborazione con

Il barometro del turismo

#Federalberghi

Il comparto alberghiero

Gli alberghi in Italia

Numero strutture 2025 e variazione % 2025/2015

★★★★★	809	+83,0%
★★★★	6.874	+22,6%
★★★	18.310	+0,7%
★★	4.948	-17,7%
★	2.340	-20,9%
fonte: Istat	33.281	+0,2%



Presenze in albergo

	var % lug-ago 2026/2025	var % gen-ago 2026/2025
Totale:	+1,5%	+0,8%
Italiani:	-2,2%	-1,4%
Stranieri:	+5,7%	+2,8%

fonte: Istat (dati provvisori)

Le imprese del turismo

Numero di partite IVA attivate

	II trimestre 2026	var % II trimestre 2026
attività dei servizi di alloggio e ristorazione	8.783	- 1,1%
alloggio	2.334	+ 8,9%
ristorazione	6.449	- 4,3%
tutti i settori	124.170	+ 2,2%

fonte: Osservatorio sulle partite Iva – Mef, Dipartimento delle Finanze



Alberghi ed esercizi complementari

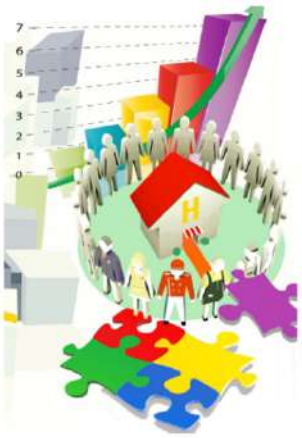
Saldo iscritte-cessate

+ 232 imprese*

*al lordo delle cancellazioni d'ufficio

luglio - settembre 2026 (55 Ateco)
fonte: Infocamere-Unioncamere

Le imprese che assumono



Lavoratori previsti in entrata

Turismo*	valore assoluto **94.510** var % ottobre 2026/2025 **+ 9,8%**
Tutti settori	valore assoluto **539.080** var % ottobre 2026/2025 **+ 3,7%**

ottobre 2026
fonte: Unioncamere – ANPAL, Sistema Informativo Excelsior

*Servizi di alloggio e ristorazione; servizi turistici

Spesa turistica

Spese stranieri in Italia:
16.782 milioni di Euro
+ 3,9% sul 2025
II trimestre 2026
fonte: Banca d'Italia

Spese italiani all'estero:
8.403 milioni di Euro
+ 1,1% sul 2025
II trimestre 2026
fonte: Banca d'Italia



Saldo: 8.378 milioni di Euro
7.389 mln nel 2025

ULTIMA RILEVAZIONE LUGLIO 2026

Spese stranieri in Italia: 8.319 milioni € (+6,8% sul 2025)
Spese italiani all'estero: 3.608 milioni € (+1,5% sul 2025)
Saldo: 4.711 milioni € (4.233 milioni nel 2025)

Comportamenti d'acquisto



Spese dei viaggiatori stranieri

Principali nazionalità di provenienza	spese (milioni di euro)	% sul totale delle spese	var % 2026/2025
Germania	2.674	15,9	-1,3
Stati Uniti	2.130	12,7	8,2
Regno Unito	1.678	10,0	5,9
Francia	1.339	8,0	5,1
Spagna	873	5,2	3,8
Austria	715	4,3	2,9
Canada	653	3,9	4,7
Svizzera	439	2,6	4,3
Giappone	190	1,1	10,5
Russia	86	0,5	17,8
Altri paesi	6.005	35,8	3,7

II trimestre 2026
fonte: Banca d'Italia

FONTE FEDERALBERGHI

OBBLIGO DI COMUNICARE LE POSIZIONI DISPONIBILI SU SIISL PER FUIRIRE DELLE AGEVOLAZIONI CONTRIBUTIVE

È stato pubblicato il decreto con il quale il Ministero del lavoro stabilisce le modalità operative del Sistema informativo per l'inclusione sociale e lavorativa (SIISL), attuando l'articolo 14 del decreto-legge 31 ottobre 2025, n. 159.

Il provvedimento (allegato) regola la pubblicazione delle posizioni lavorative per l'accesso ai benefici contributivi, l'invio delle comunicazioni obbligatorie, la verifica dei dati autocertificati dagli utenti e gli obblighi per le agenzie per il lavoro.

Dal 1° aprile 2026, le comunicazioni obbligatorie di assunzione, proroga, trasformazione e cessazione possono essere trasmesse tramite SIISL attraverso modelli conformi e funzionalità di precompilazione. Il sistema rende inoltre disponibili gli esiti delle verifiche sui dati autocertificati nei curricula, acquisiti da fonti certificate e aventi valore equiparabile alle certificazioni ufficiali, previo consenso dell'interessato.

Dalla medesima data, il riconoscimento degli sgravi contributivi per i datori di lavoro privati è subordinato alla previa pubblicazione della posizione vacante sul SIISL, escludendo le agevolazioni già autorizzate a tale data per assunzioni antecedenti. Fino al 30 novembre 2026 è prevista una fase sperimentale in cui la pubblicazione può avvenire post-assunzione con archiviazione automatica. La piattaforma consente la consultazione delle posizioni vacanti, degli incentivi e dei curricula, integrandosi con le procedure del flusso UniEmens per la fruizione delle agevolazioni.

Le agenzie per il lavoro sono tenute a pubblicare su SIISL le posizioni gestite a pena di inaccessibilità alla banca dati dei curricula.

FONTE FEDERALBERGHI


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 e in riferimento alle transazioni consumer europee
Inquadra il QR Code
Inserisci il codice promozionale NEXI4TOURISM durante il processo di convenzionamento digitale.
L'OSPITALITÀ ITALIANA
FEDERALBERGHI
nexi
every day, every pay
Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Per info e condizioni vai su nexi.it/xpayhotel

visit Piemonte
REGIONAL MARKETING AND PROMOTION

IL CONSORZIO MAGGIORE OTTIENE IL RICONOSCIMENTO REGIONALE

REGIONE PIEMONTE

Direzione Cultura, Turismo, Sport e Commercio
Settore Valorizzazione turistica e promozione internazionale del territorio
promozioneturistica@regione.piemonte.it
promozioneturistica@cert.regione.piemonte.it

Data (*)
Protocollo (*)
Classificazione 10.40.10

(*) *Segnatura di protocollo riportata nei metadati di DOQUI ACTA*

Spett.li
Consorzi turistici e loro aggregazioni
(ex art. 18 L.R. 14/2016 - Anno 2026)

Oggetto: Comunicazione esiti istruttoria del bando di riconoscimento regionale ai sensi dell' art. 18 l.r. 14/2016 - anno 2026.

Con la presente si comunica che con determinazione n. 565 del 21.10.2026 della Responsabile del Settore Valorizzazione turistica e Promozione internazionale del Territorio è stato approvato l'elenco dei consorzi turistici e delle società consortili di rilevante interesse regionale, ai sensi dell'art. 18 della l.r. 14/2016, per l'anno 2026.

A seguito della regolare conclusione dell'attività istruttoria, si comunica che la Vostra istanza è risultata in possesso dei requisiti previsti dal Bando approvato con Determinazione Dirigenziale n. 290 del 29.06.2026, rientrando pertanto nell'elenco dei soggetti riconosciuti, approvato e allegato alla Determinazione Dirigenziale n. 565 del 21.10.2026.

L'atto e il relativo elenco sono liberamente consultabili sul sito istituzionale della Regione Piemonte, alla sezione Bandi - Turismo.

Distinti saluti.

La Dirigente
Dott.ssa Giulia Marcon
Il presente documento è sottoscritto con firma digitale ai sensi dell'art. 21 del d.lgs. 82/2005

Piazza Piemonte, 1
10127 Torino
Tel. 011.4321504

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****).*



Pagamenti, nasce la rete europea ENP

Bancomat e altri circuiti nazionali avviano una piattaforma di interoperabilità. L'obiettivo è collegare i servizi esistenti e ampliare i pagamenti transfrontalieri.

Il 30 settembre 2026 è stata annunciata la nascita dell'European Network for Payments (ENP), nuova entità che punta a collegare alcune delle principali soluzioni europee di pagamento. Tra i fondatori figurano l'italiana Bancomat, Bizum in Spagna, SIBS-MB WAY in Portogallo, Vipps MobilePay nei Paesi nordici e EPI Company/Wero.

Il progetto prevede un'infrastruttura comune di interoperabilità, mantenendo i marchi e le esperienze d'uso dei singoli servizi. Le soluzioni coinvolte raggiungono complessivamente circa 130 milioni di utenti in 13 Paesi europei. L'obiettivo è sviluppare in modo graduale pagamenti transfrontalieri tra persone e, in seguito, presso i negozi e online.

La rete non è ancora operativa per tutte queste funzioni: l'implementazione tecnica è in preparazione. Il progetto riflette il dibattito europeo sull'autonomia delle infrastrutture digitali e sulla possibilità di ampliare l'offerta di pagamento basata su operatori e standard europei. Per gli esercenti del turismo, l'interoperabilità potrà diventare rilevante quando saranno disponibili modalità d'uso, copertura e condizioni commerciali definitive.

FONTE – QUI FINANZA