



FEDERALBERGHI  
Federazione delle Associazioni  
Italiane Alberghi e Turismo

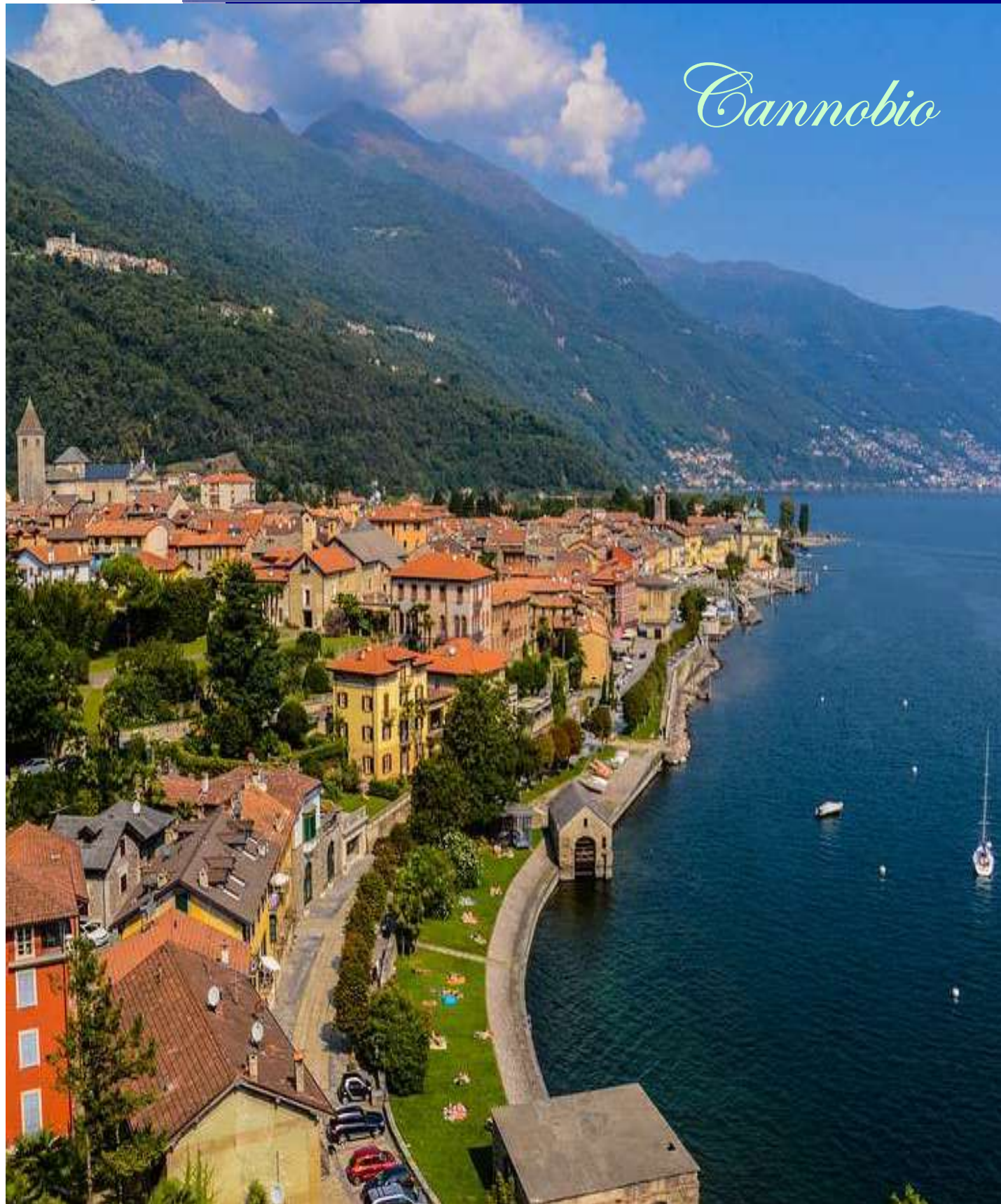


Volume 18, Numero 06

GIUGNO 2026

## FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

*L'ospitalità al Vs. servizio !!*



## SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
TURISMO CONGRESSUALE - ITALIA AL TOP IN EUROPA	PAG 6 e 7
LA DITTATURA DELLE RECENSIONI - RISTO- RANTI	PAG 8 e 9
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 10 PAG 23
AZIENDE PARTNERS	Da PAG 3 a PAG 5 Da PAG 11 a PAG 13 PAG 15
TRIBUNA APERTA	PAG 14
ITALIA - PUNTI FORTI E DEBOLI - PARLANO I BUYER STRANIERI	PAG 16 e 17
MANCA ESPOSIZIONE DEL CIN - SANZIONI	PAG 18
IL NUOVO SISTEMA DEGLI INCENTIVI PER LE IMPRESE	PAG 19
UN SISTEMA CHE TIENE	PAG 20 e 21
TURISMO E TRASPORTO LOCALE	PAG 22
VISIT PIEMONTE	PAG 24
APP - DIGITALE & DINTORNI	PAG 25

## SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

## OVERVIEW

# Turismo culturale e aree interne, Comuni in campo insieme alle dimore storiche

Valorizzare le dimore storiche come motore di sviluppo sostenibile dei territori, rafforzare il turismo culturale e sostenere i piccoli Comuni e le aree interne. Sono gli obiettivi del protocollo d'intesa firmato a Roma tra l'Anci e l'Associazione dimore storiche italiane (Adsi) sottoscritto dal presidente dell'Anci e sindaco di Napoli, Gaetano Manfredi e dalla presidente nazionale di Adsi, Maria Pace Odescalchi. L'accordo punta a riconoscere le dimore storiche come parte integrante dell'identità culturale italiana e come leva strategica per la crescita economica, sociale e turistica dei territori, in particolare nei borghi e nei comuni delle aree interne.

**TURISMO LENTO** - Il protocollo prevede iniziative congiunte per favorire il turismo sostenibile e la destagionalizzazione dei flussi turistici, attraverso l'integrazione delle dimore storiche nei piani culturali e turistici locali, la creazione di itinerari dedicati, la promozione di eventi culturali condivisi e la realizzazione di progetti con scuole e università, programmi di volontariato culturale e iniziative di apertura al pubblico. L'accordo tra Anci e Adsi secondo Manfredi punta a trasformare le dimore storiche in una leva strategica per lo sviluppo sostenibile dei territori. Con un duplice obiettivo: da un lato promuovere un turismo lento e di qualità per contrastare lo spopolamento dei borghi e delle aree interne; dall'altro sensibilizzare i Comuni ad adottare, laddove possibile, politiche di semplificazione e agevolazione fiscale per chi custodisce questo patrimonio. «Vogliamo che palazzi, ville e giardini storici siano sempre più integrati nella vita delle comunità, diventando tappe imprescindibili di itinerari culturali che valorizzino l'intera filiera territoriale, dai musei civici alle eccellenze artigiane. Proteggere queste realtà e la memoria storica significa investire nel futuro economico e sociale dei nostri territori».

**SVILUPPO TERRITORIALE** - La collaborazione con Anci «nasce in modo naturale», a dire di Maria Pace Odescalchi. I dati dell'Osservatorio sul patrimonio culturale privato evidenziano infatti che il 30% delle dimore storiche si trova in comuni con meno di 5mila abitanti. In questi contesti, esse svolgono un ruolo fondamentale non solo nella tutela del patrimonio culturale, ma anche nella vitalità economica e sociale delle comunità locali. «La firma di questo protocollo rappresenta un passo significativo per valorizzare le dimore storiche come presidi culturali e motori di sviluppo territoriale, con l'obiettivo di metterle a sistema, sostenerle e integrarle nelle strategie di sviluppo locale e turistico, a beneficio dell'intero Paese».

FONTE / ILSOLE24ORE



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 e 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](https://www.nexi.it/xpay/hotel)



FROSINONE PROVINCIA  
DEL VIBRANO CORSO OSSOLA

L'Ospitalità al Vs. servizio !

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](http://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

# Turismo congressuale, Mitur: “L'Italia si riconferma al top in Europa e al secondo posto nel mondo”

“Bella notizia. Avanti così”. ha dichiarato il Ministro del Turismo Gianmarco Mazzi commentando la nuova classifica ICCA 2025 (International Congress and Convention Association), che conferma l'Italia, anche nel 2025, tra i protagonisti assoluti della meeting industry globale.

Secondo la nuova classifica annunciata oggi alla Fiera IMEX a Francoforte, il nostro Paese è al primo posto in Europa e al secondo posto a livello mondiale per congressi ospitati generando un impatto economico diretto di quasi *15 miliardi di euro*.

Questo straordinario risultato è il frutto della passione e dell'eccellenza che caratterizzano il nostro Paese. Il turismo congressuale rappresenta un settore strategico per l'Italia, generando non solo arrivi e spesa turistica, ma contribuendo anche a rafforzare il ruolo delle nostre città come hub globali di incontro e discussione. Siamo orgogliosi di questo primato. Con determinazione, ci prepariamo a continuare a crescere e portare l'Italia al vertice del turismo congressuale globale.

La voce di spesa più rilevante è l'alloggio, che rappresenta il 44,6% del totale, pari a 5,12 miliardi di euro (+36,5% sul 2023). Seguono trasporti nazionali e regionali (2,61 miliardi), ristorazione esterna (1,80 miliardi) e trasporti locali (555 milioni). La spesa media giornaliera per partecipante raggiunge i 243 euro, che salgono a 301 euro per chi partecipa a eventi su più giornate. Anche la spesa nelle sedi registra una crescita significativa: per i 368 mila eventi ospitati in 5.590 venue italiane, il valore diretto generato è di 3,36 miliardi di euro (+19,5%). Le principali voci sono: catering e ristorazione interni (1,91 miliardi), allestimenti e tecnologie (699 milioni) e affitto degli spazi (575 milioni). La crescita del comparto è sostenuta da tre pilastri fondamentali: sostenibilità (il 2025 ha segnato il passaggio definitivo dai criteri ESG “opzionali” a standard obbligatori per i grandi congressi internazionali), tecnologia immersiva (l'uso di realtà aumentata per la navigazione degli spazi espositivi e l'IA per il matchmaking tra delegati) e bleisure (la tendenza a combinare viaggi d'affari (Business) con momenti di svago (Leisure) ha favorito le destinazioni italiane).

L'Italia, quindi, non è più solo una destinazione ambita per il suo fascino culturale e storico, ma è un vero e proprio benchmark operativo per l'intera industria mondiale. Nel 2025 Roma è infatti entrata stabilmente nella Top 10 globale, risultando un polo congressuale d'eccellenza per la sua capacità di coniugare storia e innovazione, mentre Milano è leader per congressi corporate e innovazione tecnologica. La Capitale, nel 2025, ha ospitato 114 eventi, Milano 100, Bologna 43 e Firenze 38. L'efficacia del "modello Italia", tuttavia, risiede nel suo policentrismo. Ad attrarre non sono solo i grandi centri, ma anche le città d'arte e i poli fieristici.

Inoltre, il patrimonio culturale e gastronomico italiano rende il nostro Paese la destinazione ideale per il turismo congressuale, che garantisce al settore tassi di occupazione alberghiera elevati anche nei giorni infrasettimanali e la stagionalità delle destinazioni urbane. La sfida per il 2026 sarà mantenere questo primato attraverso il potenziamento dei collegamenti ferroviari ad alta velocità verso i centri minori, estendendo ulteriormente i benefici del modello policentrico.

La classifica ICCA rappresenta il principale indicatore a livello globale del turismo congressuale, basato sull'analisi dei congressi internazionali che si ripetono periodicamente e ruotano tra almeno tre Paesi. Non misura generici eventi, ma iniziative ad alta complessità organizzativa e rilevanza internazionale, che testimoniano la capacità di un territorio di essere attrattivo, affidabile e integrato in una rete globale fatta di relazioni, infrastrutture e know-how.



*FONTE MINISTERO DEL TURISMO*

# La dittatura delle recensioni: così le piattaforme ci mandano sempre negli stessi ristoranti

Il 57% delle visite in un decimo dei posti. Benvenuti nella **città dell'algoritmo**. Il numero è secco e non lascia spazio a interpretazioni: se tutti seguissimo al cento per cento i suggerimenti di Google Maps o [TripAdvisor](#), più della metà dei movimenti urbani si concentrerebbe su una manciata di destinazioni. Non è un'ipotesi distopica. È il risultato di una simulazione condotta da tre ricercatori italiani, Luca Pappalardo e Marco Minici del Cnr, Giovanni Mauro della Scuola Normale Superiore di Pisa, pubblicata sulla rivista *Machine Learning*. E il punto non è che l'algoritmo sia difettoso, il punto è che funziona esattamente come dovrebbe.

## L'ALGORITMO SCEGLIE DOVE ANDARE A MANGIARE

A livello individuale, le **raccomandazioni algoritmiche** tendono ad ampliare la gamma di luoghi frequentati da ciascun utente: invitano a esplorare, a uscire dal perimetro delle abitudini consolidate, a scoprire spazi nuovi. Ma quando questo comportamento viene replicato su larga scala, l'effetto si ribalta: il **traffico urbano si concentra su un numero limitato di luoghi** già visibili e popolari. I numeri dello studio sono piuttosto netti. Analizzando dati storici di mobilità urbana, il **10%** dei luoghi più frequentati attirava già il **33%** delle visite totali.

Simulando uno scenario in cui tutti gli utenti accettano il **100%** dei suggerimenti algoritmici, quella quota sale al 57%. È il classico "rich get richer": i posti già famosi attirano sempre più gente, quelli meno conosciuti restano quasi invisibili. E nel frattempo le traiettorie individuali si uniformano: la somiglianza tra i percorsi di visita aumenta drasticamente, e aumenta anche la co-presenza, ovvero la probabilità di trovarsi negli stessi posti, negli stessi orari, con le stesse persone.

## LA CITTA' CHE NON SA DI ESSERE RISCRISSA

Quello che rende il lavoro interessante non è solo il dato statistico, ma la categoria interpretativa che introduce. Come spiega Marco Minici, ricercatore all'Istituto di calcolo e reti ad alte prestazioni del Cnr (ICAR-CNR), il cui lavoro si concentra sugli **effetti a lungo termine degli algoritmi** sui comportamenti degli utenti, si tratta di un cambio di paradigma: non si valuta più l'algoritmo in astratto, ma come attore urbano. Un attore che, va aggiunto, non ha nessun obbligo di trasparenza nei confronti delle istituzioni che governano le città. Secondo il Digital Services Act europeo, piattaforme come Google Maps dovrebbero stimare il rischio che i loro algoritmi pongono all'ambiente urbano, ma finora è stato fatto poco o nulla. Il punto non è solo etico o regolatorio. È anche **economico e territoriale**: quando i flussi si concentrano su un numero ristretto di destinazioni, **il resto del tessuto commerciale** – la trattoria di quartiere, il bar senza recensioni, la pizzeria che non ha mai capito come si fa un profilo Instagram – **perde visibilità in modo sistematico e progressivo**. Un algoritmo che impara da dati già polarizzati non redistribuisce i flussi, li amplifica.

## L'ENOGASTRONOMIA E' UN CASO DA MANUALE

Nel mondo del cibo e del vino, questo meccanismo è già leggibile a occhio nudo. **Le piattaforme di prenotazione premiano chi accumula recensioni**; chi accumula recensioni è già noto; chi è già noto compare prima nei risultati. Il risultato è che una parte crescente della ristorazione italiana, quella che lavora fuori dai circuiti digitali, che non ha un ufficio stampa, che non ha mai partecipato a un food festival, semplicemente non esiste per chi apre un'app in cerca di un posto dove mangiare bene.

**Non è un problema di qualità. È un problema di architettura dell'informazione.** E la sua soluzione non è “scoprire posti nascosti”: è capire che la narrazione del posto nascosto è già parte del sistema che promette autenticità e produce omologazione. Come abbiamo già raccontato su queste pagine, il ristorante “che non conosce nessuno” quasi sempre lo abbiamo già visto in un reel da trecentomila views.

### QUESTIONE DI REGOLE, NON DI BUON SENSO

Sarebbe comodo concludere con un invito a fidarsi meno degli algoritmi e di più del proprio istinto. Ma è una soluzione individuale a un problema strutturale, e come tale è inutile. Il lavoro dei ricercatori italiani ha anche un carattere strategico per la governance territoriale: riconosce che l'intelligenza artificiale non opera in astratto, ma interviene direttamente sulla salute sociale della città. Il nodo allora, è politico. In un sistema opaco, ottimizzato per massimizzare l'engagement, che non ha nessun interesse a preservare la diversità dell'offerta. Finché le piattaforme potranno riscrivere la geografia delle città senza dover rispondere a nessuno, e finché i soggetti istituzionali preposti continueranno a ignorare la questione, **lamentarsi che tutti vanno sempre negli stessi posti è un esercizio di pura retorica.** I dati dicono che è esattamente quello che l'algoritmo ha deciso per noi. E noi continuiamo a prendere in mano il telefono.



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](mailto: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](http://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](mailto: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](http://www.crollatelecom.it)



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



L' Ospitalità al Vs. servizio!

# TV Professionali multimediali a norma GDPR

**@CROLLA**  
SISTEMI S.p.A.  
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.

## 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.p.A.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

[www.crollatelecom.it](http://www.crollatelecom.it)



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

## TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

**Quesito:** Un albergo vorrebbe concedere in uso ad un dipendente una camera all'interno di immobile esterno alla struttura ricettiva. E' corretto che l'impresa trattenga una quota mensile di 200 euro a titolo di spese varie per la concessione dell'alloggio?



**Risposta:**

La questione sollevata non è di semplice analisi, perché vi sono diversi aspetti da tenere in considerazione, sia connessi alla tipologia contrattuale della locazione, sia agli aspetti giuslavoristici, fiscali e previdenziali.

Innanzitutto, la circostanza che il CCNL Turismo preveda, a facoltà del datore di lavoro, il riconoscimento dell'alloggio al dipendente testimonia la rilevanza contrattuale della fattispecie.

Dovendo formulare una indicazione sintetica sulla base delle informazioni presentate, si potrebbe sostenere che l'azienda può mettere a disposizione del dipendente un alloggio esterno alla struttura ricettiva prevedendo un concorso spese, purché l'operazione sia formalizzata per iscritto, l'importo sia coerente con il valore del bene e sia correttamente trattato ai fini fiscali e contributivi ai sensi dell'articolo 51 del TUIR.

\*\*\*\*\*



FEDERALBERGH PROVINCIA DEL VERRANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!

# GIUSTACCHINI BUSINESS

## IL TUO NUOVO PARTNER PER LE FORNITURE PROFESSIONALI



**IGIENE**  
PROFESSIONALE



**CANCELLERIA**  
E PRODOTTI PER UFFICIO



**STAMPANTI**  
ED INFORMATICA



**SMALTIMENTO TONER**  
ESAUSTI E RAE



**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](http://www.giustacchini.it)



**Alessandra Nanni**

Cell. 339 2639780

✉ [alessandra.nanni@giustacchini.it](mailto:alessandra.nanni@giustacchini.it)



SICUREZZA



FORMAZIONE



QUALITÀ



NETWORKING

**SOLUZIONI COMPLETE**  
PER LA TUA STRUTTURA,  
OGNI GIORNO

# Italia, punti forti e deboli Parlano i buyer stranieri

Pittura, architettura, artigianato, cibo, natura: lo **stile italiano** rende la Penisola una delle mete da sogno per i viaggiatori di ogni parte del globo. Lo confermano i **buyer internazionali interpellati da TTG Italia**. Ma non è tutto perfetto come sembra: i visitatori che vogliono immergersi nello stile di vita italiano devono fare i conti con alcuni 'talloni d'Achille', i **punti deboli dell'offerta** sui quali c'è ancora da lavorare.

Chi visita l'Italia arrivando dalla **Cina** vuole "vivere davvero lo stile di vita italiano, non solo visitare luoghi panoramici" evidenzia **Mingyu Zhang**, ceo di **Shenzhen Miaoyou Cultural Tourism Development Co.** Che aggiunge: "La maggior parte dei visitatori viene per esperienze culturali approfondite, tour artistici e storici, viaggi di nozze e in famiglia, nonché itinerari enogastronomici". Anche i **brasiliani** amano il nostro patrimonio culturale e, nel loro caso, c'è un elemento in più come spiega **Cristina Signoretti Porta**, ceo di **Escape Travel Advisors**: "Credo che l'Italia attragga per la sua combinazione di cultura, storia, gastronomia, stile di vita e connessione emotiva" racconta.

Le motivazioni di viaggio non cambiano molto spostandosi negli **Stati Uniti**, come afferma **Antonio Lucente-Stabile**, presidente di **BellaVista Tours**, secondo cui ad attrarre in Italia i cittadini a stelle e strisce sono soprattutto "arte, storia, gli splendidi paesaggi naturali italiani. Gastronomia e vino vengono subito dopo".

## Il nodo dei prezzi

Il fascino, dunque, resta immutato e il richiamo della Penisola si fa sentire chiaramente in ogni parte del mondo. Questo, tuttavia, non significa che manchino le criticità o i nodi da risolvere. In cima a tutti, quello (già noto) dell'**aumento dei prezzi**. Che in alcuni casi può essere un deterrente da non sottovalutare, come sottolinea **Roland Seeanner**, contracting manager di **Studiosus Reisen München GmbH**: "Abbiamo già visto le conseguenze l'anno scorso, con un calo delle prenotazioni per l'Italia di circa il 10-12%. Quest'anno sembra andare un po' meglio, ma l'aumento dei prezzi è ancora un argomento spesso citato dai clienti al ritorno, in relazione al '**rapporto qualità-prezzo**'. E sicuramente, aggiunge Seeanner, "i recenti sviluppi geopolitici e l'aumento dei costi energetici non aiuteranno".

## Le mete in crescita

Intanto, anche in un panorama consolidato come quello italiano emergono alcune novità sul fronte delle destinazioni e delle esperienze, che variano a seconda dei mercati. "Le prenotazioni per il **Sud Italia** (soprattutto per la Puglia) sono aumentate negli ultimi anni - afferma il presidente di **BellaVista Tours** -. Un prodotto in crescita è anche il corso di cucina".

Scenario simile per la clientela brasiliana di Escape Travel Advisor: “Puglia, Sardegna e Sicilia sono destinazioni che hanno guadagnato popolarità negli ultimi tre anni, ma le mete classiche come Roma, Venezia e Firenze rimangono in cima alla lista”.

Per i viaggiatori in arrivo dalla Cina la fuga dall’overtourism è sempre più importante: “I turisti cinesi sono sempre più interessati a destinazioni meno affollate e di alta qualità, al di là delle classiche ‘tre grandi città’ - riporta Mingyu Zhang -. Tra le destinazioni emergenti per il mercato cinese ci sono la campagna toscana e le zone vitivinicole, la Costiera Amalfitana, le Cinque Terre e la Sicilia e ancora Bologna, Verona e borghi artistici minori”.

Per quanto riguarda i prodotti, guadagnano terreno “il turismo lento, i tour privati per piccoli gruppi, le esperienze enogastronomiche, i soggiorni in ville di campagna e le escursioni leggere, tutti in forte crescita. I viaggiatori preferiscono ora esperienze più profonde e rilassate rispetto al turismo frettoloso”.



## **MANCATA ESPOSIZIONE DEL CODICE IDENTIFICATIVO NAZIONALE (CIN) - DESTINATARI DELLE SANZIONI**

Il comma 6 dell'articolo 13 ter del decreto-legge n. 145 del 2023 obbliga il titolare di una struttura turistico-ricettiva alberghiera o extralberghiera ad esporre il codice identificativo nazionale all'esterno dello stabile in cui è collocata la struttura, nonché ad indicarlo in ogni annuncio ovunque pubblicato e comunicato.

L'obbligo di indicare il CIN negli annunci ovunque pubblicati e comunicati è previsto anche per i soggetti che esercitano attività di intermediazione immobiliare e per i soggetti che gestiscono portali telematici.

La mancata esposizione e indicazione del CIN ai sensi del comma 6 da parte dei soggetti obbligati è punita con la sanzione pecuniaria da euro 500 a euro 5.000, in relazione alle dimensioni della struttura, per ciascuna struttura per la quale è stata accertata la violazione e con la sanzione dell'immediata rimozione dell'annuncio irregolare pubblicato.

Gli organi di informazione hanno recentemente riferito di numerosi casi in cui le strutture ricettive sono state sanzionate a seguito della mancata pubblicazione del CIN su un portale telematico.

Al fine di fornire le opportune indicazioni alle strutture ricettive e agli organi di vigilanza, Federalberghi ha chiesto al Ministero del Turismo di chiarire ufficialmente che la struttura ricettiva non è responsabile per il comportamento del portale, sul quale grava l'obbligo di esporre il CIN all'interno degli annunci pubblicati sul portale stesso.

Il Ministero del Turismo ha pubblicato sul proprio sito una FAQ con la quale chiarisce che:

- nei casi in cui l'annuncio sia pubblicato direttamente dal titolare o dal locatore, l'eventuale omissione dell'indicazione del CIN è direttamente imputabile al soggetto che ha effettuato la pubblicazione;
- nei casi in cui l'annuncio sia pubblicato per il tramite di intermediari o gestori di piattaforme telematiche, ferma restando la sanzionabilità di questi ultimi per la mancata indicazione del CIN, il titolare (o il locatore) è sanzionabile solo qualora emerga, all'esito dell'accertamento e previo contraddittorio con l'interessato, l'inosservanza degli obblighi di comunicazione del CIN al soggetto incaricato della pubblicazione dell'annuncio.

Il Ministero ha altresì precisato che gli intermediari e i gestori delle piattaforme telematiche sono tenuti a garantire l'indicazione del CIN negli annunci pubblicati e ad adottare misure idonee a prevenire la pubblicazione di annunci privi del codice.

# Il nuovo sistema degli incentivi per le imprese

L'ultima Legge di bilancio contiene un ampio ventaglio di misure agevolative per le imprese turistico-ricettive e termali

di Antonio Griesi

Il settore turistico rappresenta uno dei principali motori dell'economia nazionale, sia in termini di contributo al prodotto interno lordo sia per l'impatto occupazionale e territoriale.

Negli ultimi anni, il comparto ha evidenziato la necessità di un rafforzamento strutturale degli strumenti di sostegno agli investimenti, in grado di favorire non solo la ripresa quantitativa dei flussi turistici, ma anche un'evoluzione qualitativa dell'offerta, orientata alla destagionalizzazione, alla digitalizzazione e alla sostenibilità.

In tale contesto, sono molteplici gli interventi sul fronte delle agevolazioni previsti dalla manovra finanziaria per l'anno 2026. Scopriamoli.

## BONUS EDILIZI

Per quanto riguarda i bonus edilizi, nello specifico ecobonus e sismabonus (anche per gli acquisti), sono confermate per il 2026 le aliquote di detrazione del 50% in vigore nel 2025.

Nel 2026, pertanto, non ci sarà nessun taglio delle percentuali agevolative, come invece previsto dalla precedente Legge di bilancio. La riduzione slitta al 2027.

## IPERAMMORTAMENTO

È stato, inoltre, reintrodotta l'iperammortamento per gli investimenti in nuovi beni strumentali, destinati a strutture produttive ubicate nel territorio dello Stato, in sostituzione dei crediti di imposta 4.0 e Transizione 5.0.

La maggiorazione è riconosciuta in relazione agli investimenti per beni prodotti



in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in Stati aderenti all'Accordo sullo spazio economico europeo, effettuati dal 1 gennaio 2026 al 30 settembre 2028.

## ZES UNICA MEZZOGIORNO

Vengono estesi il credito d'imposta ZES Unica Mezzogiorno (che comprende le regioni Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia e le zone assistite delle regioni Abruzzo, Umbria e Marche) e il credito di imposta ZLS agli investimenti realizzati dal 1 gennaio 2026 al 31 dicembre 2028.

## LA NUOVA SABATINI

Il rifinanziamento della Nuova Sabatini, con 200 milioni di euro per l'anno 2026 e 450 milioni di euro per l'anno 2027,

assicura continuità a uno dei principali strumenti agevolativi nazionali, che si è rivelato efficace, anche in chiave anticongiunturale, per la crescita e il rilancio degli investimenti produttivi delle micro, piccole e medie imprese.

## LE ALTRE NOVITÀ

- rifinanziamento dei contratti di sviluppo;
- incremento delle risorse per il credito di imposta 4.0.
- nuovo Conto Termico 3.0: è già attivo il portale GSE per la richiesta dei contributi per interventi di efficienza energetica e produzione di energia termica da fonti rinnovabili;
- fondo di garanzia per le PMI, le cui modalità di funzionamento in vigore nel 2025 sono prorogate per tutto il 2026.

FONTE FEDERALBERGHI

# Un sistema che tiene

Italia prima in Europa per capacità alberghiera ricettiva: 32.943 gli hotel, 1,1 mln le camere, 2,3 mln i posti letto. Nel 2024 sono state 283,9 mln le notti trascorse in albergo



**L** Italia raggiunge ancora un suo primato, conquistando il podio come primo Paese in Europa in termini di capacità alberghiera ricettiva: parte da questo elemento di grande impatto il X Rapporto sul sistema alberghiero e turistico ricettivo italiano, realizzato da Federalberghi.

Un punto di partenza importante per mostrare la fotografia, numeri alla mano, della situazione turistico-ricettiva nel nostro Paese, in riferimento a un comparto che, ricorda il World Travel and Tourism Council (Wttc), nel 2024 rappresentava l'11% del Pil nazionale.

Il rapporto mette in luce l'evoluzione del sistema alberghiero italiano nei suoi aspetti fondanti, partendo dalla base: l'Italia, con 32.943 alberghi, 1,1 milioni di camere e 2,3 milioni di posti letto, è il primo Paese europeo per capacità ricettiva alberghiera.

Dal documento si evidenzia che la categoria più numerosa è quella media, ovvero quella dei 3 stelle e delle RTA (residenze turistico alberghiere). A questo gruppo appartengono 18.182 alberghi, equivalenti

*“I dati parlano di un sistema solido, ben distribuito, di strutture che hanno colto la sfida della riqualificazione per una maggiore competitività”*

ti al 55,2% dell'offerta.

Delle categorie più alte, invece, fanno parte il 22,5% degli alberghi e, in particolare, sono 6.639 i 4 stelle e 771 i 5 stelle. Gli alberghi a 1 e 2 stelle rappresentano, invece, il 22,3% (sono rispettivamente 2.339 e 5.002).

Dal 2000 a oggi, lo scenario è decisamente cambiato: all'inizio del terzo millennio la categoria più numerosa era quella

degli alberghi a 1 e 2 stelle, che rappresentavano il 49,3% dell'offerta. I 3 stelle e le RTA erano il 42,2%, mentre ai 4 e 5 stelle appartenevano appena l'8,5% degli alberghi.

Parallelamente a questo processo di riqualificazione, c'è stato anche un ampliamento della dimensione media degli alberghi. Basti pensare che tra il 1980 e il 2024 i letti per albergo sono passati da una media di 37,6 a 69,3.

Analizzando più nel dettaglio la distribuzione delle strutture su tutta la Penisola, si evidenzia che la maggioranza degli esercizi alberghieri italiani (il 58,2%) e dei relativi posti letto (il 51%) si concentra nelle regioni del Nord. La regione con il maggior numero di esercizi è il Trentino-Alto Adige (5.380 alberghi), seguita dall'Emilia-Romagna (4.074), dal Veneto (3.133), dal Lazio (2.864), dalla Lombardia (2.832) e dalla Toscana (2.712).

La classifica della capacità ricettiva, espressa in termini di camere, vede in testa l'Emilia-Romagna (141.578), seguita da Trentino-Alto Adige (123.439), Veneto (108.992) e Lazio (108.217).

Diversa la situazione nel nostro Meridione: gli alberghi nel Sud e nelle isole sono, infatti, caratterizzati da una dimensione media maggiore. In questo quadro, le regioni in cui gli alberghi hanno la maggiore capacità ricettiva sono la Calabria (119,6 posti letto), la Sardegna (108,6), la Puglia (100,2) e la Sicilia (92,9).

Interessante osservare la domanda di servizi alberghieri: secondo il rapporto, il 61% delle presenze turistiche registrate nel 2024 in Italia (pari in valore assoluto a 283,9 milioni di presenze) ha soggiornato negli alberghi. Rispetto all'anno precedente l'aumento è stato del 3,1%. Gli arrivi negli alberghi, invece, sono stati 96,4 milioni: il 2,9% in più rispetto al 2023.

Entrando più nello specifico sulla provenienza dei viaggiatori, si evince che 47,5 milioni di arrivi e 134,7 milioni di presenze alberghiere riguardano turisti italiani. Gli stranieri, invece, hanno fatto registrare 48,9 milioni di arrivi e 149,2 milioni di presenze. Si conferma, dunque, quello che era stato percepito in parte, ovvero che, in riferimento agli italiani, rispetto all'anno precedente c'è stato un calo degli arrivi e delle presenze, mentre per gli stranieri, tra arrivi e presenze, vi è stato un incisivo aumento.

“Il quadro che viene fuori da questo rapporto – ha dichiarato il presidente di Federalberghi Bernabò Bocca – ci mostra un sistema che tiene. La capacità ricettiva ci contraddistingue in tutta Europa, sempre più visitatori orientano la propria scelta su un soggiorno in hotel e, ultimo ma non da ultimo, la crescita del turismo straniero a sua volta rivela la qualità di un'offerta che non delude, anzi fidelizza il viaggiatore. Lo scenario internazionale nell'ultimo anno ha presentato diversi ostacoli, che certo non hanno facilitato il movimento turistico straniero. I conflitti internazionali e la drammatica situazione in Medio Oriente hanno provocato un poderoso colpo di freno rispetto agli anni passati. Nel contempo, il nostro turismo interno ha subito una battuta d'arresto dovuta al sempre più alto costo della vita. Credo davvero che oggi, ogni seppur

www.federalberghi.it

## DECIMO RAPPORTO SUL SISTEMA ALBERGHIERO E TURISTICO RICETTIVO IN ITALIA







a cura di Antonio Rana  
coordinamento Anna Chiara Oliini

in collaborazione con




FEDERALBERGHI

lieve crescita vada considerata al doppio del suo valore, poiché essa mostra l'andamento delle scelte di un turismo globale, capace di abbattere l'incertezza del progetto viaggio, anche a fronte di situazioni di potenziale pericolo. I dati, ribadisco, ci parlano di un sistema solido, ben distribuito, di strutture che hanno colto la sfida della riqualificazione per una maggiore competitività. Certo, vi è sempre la possibilità di migliorare, e dovremo concentrarci su questo. Ma, nel mentre, continuiamo a fare ciò che ci caratterizza, vigiliamo sul futuro”.

Il rapporto e la sua sintesi sono disponibili nella sezione “Rapporti e indagini” del sito [www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)





# Turismo e trasporto locale

La Commissione Trasporti della Camera dei Deputati ha avviato un'indagine conoscitiva sul trasporto pubblico locale non di linea

di Federica Bonafaccia

**N**el mondo del trasporto pubblico locale non di linea convivono diversi modelli organizzativi e modalità di accesso: il servizio taxi, fruibile su strada, presso posteggi, mediante radiotaxi o applicazioni digitali, e il servizio NCC, erogato su prenotazione, con logiche operative e vincoli di esercizio specifici.

La complementarità rispetto al trasporto di linea è particolarmente evidente nei collegamenti di primo e ultimo miglio, negli spostamenti notturni e nelle aree a domanda rarefatta o variabile nel tempo e nello spazio.

Il settore riveste un ruolo strategico nei collegamenti con i principali nodi della mobilità (stazioni ferroviarie, aeroporti, porti e nodi urbani) e nei contesti interessati da flussi turistici, grandi eventi e picchi stagionali di domanda. In tali situazioni, la capacità di risposta e la trasparenza economica incidono sulla qualità complessiva dell'esperienza di viaggio, sulla competitività dei territori e sulla gestione della congestione urbana e della sicurezza nelle aree di accesso ai nodi infrastrutturali.

I fornitori di servizi taxi e NCC sono partner indispensabili per le imprese ricettive rappresentate, specialmente per il turismo di qualità, gli eventi business e il turismo sostenibile delle aree interne, nei tanti borghi e centri minori.

Federalberghi, nel corso di un'audizione presso la Commissione Trasporti, ha però evidenziato come il settore risulti interessato da un processo di progressivo irrigidimento normativo, che tende a mantenere, o addirittura a rafforzare, ingiustificate restrizioni concorrenziali, che finiscono



per danneggiare sia i turisti sia i residenti. Per far fronte alla cronica carenza nell'offerta di trasporto locale, le imprese ricettive fanno sempre più spesso ricorso alla possibilità, riconosciuta dal Ministero delle Infrastrutture, di effettuare per i propri clienti un servizio gratuito di navetta per il trasporto da e verso aeroporti, stazioni e porti. Poiché tale possibilità è frutto di una interpretazione del Codice della strada, per prevenire contenziosi abbiamo chiesto di integrare la normativa, prevedendo espressamente la possibilità per le imprese ricettive di effettuare tale servizio per i propri clienti.

Si tratta di un servizio, in molti casi, essenziale per i clienti d'albergo, considerato dalla normativa europea sui pacchetti turistici come "integrativo" del servizio di alloggio, indispensabile soprattutto nel-

le città in cui, in determinate fasce orarie, risulta quasi impossibile trovare un taxi disponibile.

Inoltre, in considerazione della necessità di fornire il servizio in modo non occasionale ma strutturato, e dei costi connessi non compatibili con la fruizione gratuita, Federalberghi ha chiesto di consentire agli alberghi di fornire il servizio anche dietro corrispettivo, previo rilascio di una specifica autorizzazione non soggetta a pubblico concorso.

L'impresa ricettiva, intestataria di tale specifica autorizzazione, dovrebbe poter fornire il servizio con veicoli nella propria disponibilità, esclusivamente per i clienti alloggiati o da alloggiare nella struttura ricettiva, le cui generalità, come noto, vengono comunicate alle questure competenti entro 24 ore dall'arrivo.

*FONTE FEDERALBERGHI*

## 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](mailto:direzione@federhotels.it)



## Maavi incontra il presidente della regione Piemonte Alberto Cirio: “Un piano contro l’abusivismo”



La **lotta contro l’abusivismo** nel turismo organizzato. Questo il tema al centro dell’incontro che si è tenuto ieri tra la delegazione piemontese di **Maavi** e il presidente della Regione Piemonte **Alberto Cirio**.

Il confronto si è concentrato sulla definizione di **un piano di contrasto all’esercizio abusivo delle professioni del turismo organizzato**. “È stato un incontro importante - spiega **Maurizio Donadeo**, responsabile di Maavi Piemonte - . Finalmente, dopo molti anni di lavoro in prima linea, **siamo arrivati a definire alcuni step concreti** che dovranno portare alla lotta contro gli abusivi, contro coloro che tolgono quote di mercato ai professionisti veri. Non entro nel merito dei passi - aggiunge -, ma speriamo che, entro la fine di quest’anno, riusciremo a veder realizzate alcune iniziative. Ringraziamo il presidente per l’interesse dimostrato e per la volontà di rispondere alle esigenze della nostra categoria e del nostro settore. Maavi non si accontenterà finché non verrà ripristinato il rispetto e la dignità per gli agenti di viaggi”.

La responsabile nazionale anti-abusivismo di Maavi, **Rosanna Stirone** aggiunge: “Confidiamo di arrivare presto a risultati concreti, affinché la nostra regione sia capofila per una nuova attenzione delle Istituzioni in tutta Italia verso la professionalità degli operatori onesti”.



L' Ospitalità al Vs. servizio!

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

Portale web  
[www.federhotels.it](http://www.federhotels.it)

Si è costituita il 27 aprile 2011, dalla scissione dell'Associazione Interprovinciale, la neo **Federalberghi Provinciale del Verbanio Cusio Ossola**, l'organizzazione rappresentativa delle imprese turistico-ricettive che operano sul territorio provinciale. Possono assumere la qualità di "Associato" le imprese alberghiere, qualunque sia il livello e la categoria a cui appartengono, nonché le imprese ricettive extralberghiere che, per attrezzature o strutture, agiscono in un'ottica di problematiche strettamente affini a quelle delle aziende alberghiere e contribuiscano a tutti gli effetti alla composizione dell'offerta turistico-ricettiva nella Provincia del V.C.O. L'Associazione aderisce a **Federalberghi** e all'Unione Regionale delle Associazioni Piemontesi Albergatori (**Federalberghi Piemonte**).

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

APP / WEB & TECH

## LinkedIn: stretta sui post generati dall'AI. Ecco cosa cambia davvero per il feed e per gli utenti

LinkedIn ha deciso di prendere provvedimenti seri, promettendo il pugno duro contro i post palesemente scritti dall'intelligenza artificiale e limitandone drasticamente la visibilità all'interno del feed. Si tratta di una mossa attesa da molto tempo dalla community. Questa decisione apre però interrogativi concreti su come riusciremo effettivamente a ripulire le nostre bacheche dalla "spazzatura" quotidiana che le affolla. E la domanda principale è: questa mossa funzionerà davvero?

Le azioni intraprese da LinkedIn si possono riassumere in alcune dinamiche precise:

- **Meno visibilità nelle raccomandazioni:** I post considerati sospetti e palesemente generati dall'AI verranno penalizzati, il che significa che non saranno più suggeriti in modo proattivo agli utenti che non seguono direttamente l'autore del contenuto.
- **Visibilità limitata alla propria rete:** I contenuti artificiali non verranno cancellati in toto, ma resteranno visibili esclusivamente ai collegamenti diretti e ai follower di chi li pubblica, bloccandone l'espansione organica nel feed generale.
- **Focus sulla qualità umana:** La piattaforma cercherà di arginare la marea di spam motivazionale automatizzato, restituendo centralità alle conversazioni autentiche e di valore professionale.

Questo nuovo approccio rappresenta un banco di prova decisivo per il futuro di LinkedIn. La vera incognita è se l'algoritmo aggiornato riuscirà davvero a bloccare e filtrare l'enorme quantità di "spazzatura" che gli utenti sono costretti a leggere ogni singolo giorno. Sarà una sfida complessa, un delicatissimo gioco di equilibri tra il tentativo di ripulire la piattaforma dai contenuti dozzinali e la volontà di non rinnegare l'uso dell'AI di cui LinkedIn stesso si fa promotore.

ESTRATTO DA [ILCAFFETTINO.IT](http://ILCAFFETTINO.IT)