



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



OVERVIEW

SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
CONVENZIONE NEXT-FEDERALBERGHI	PAG. 3
IL PERSONALE DELL'HOTEL	PAG. 6 e 7
MARKETING AUTOMATION PER HOTEL E STRUTTURE RICETTIVE	PAG 10 e 11
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 12 PAG 18
AZIENDE PARTNERS	PAG 4 e 5 PAG 8 e 9 Da PAG 13 a PAG 15 PAG 17 PAG 19 PAG 22 PAG 24 e PAG 25
TRIBUNA APERTA	PAG 16
COME CREARE UN AMBIENTE INCLUSIVO PER GLI OSPITI	PAG 20 e 21
CASSAZIONE: L'INTERMEDIARIO NON E' RESPONSABILE DEI DISSERVIZI	PAG. 23
LA MANCATA CONSEGNA DELLA PEC	PAG 26 e 27
VISITPIEMONTE	PAG 28
VACANZE IN HOTEL, COSI' CAMBIANO LE PRENOTAZIONI DEGLI ITALIANI	PAG 29
CONSORZIO MAGGIORE	PAG 30
APP & DINTORNI	PAG 31

Posto Tappa e Cond-Hotel, due novità per il turismo piemontese

La commissione Turismo, presieduta da **Claudio Leone**, ha dato a maggioranza parere preventivo favorevole alle modifiche di alcuni regolamenti di Giunta su due nuove tipologie di sistemazione alberghiera: il Posto Tappa e i Cond-Hotel.

Come ha spiegato l'assessore regionale al Turismo **Vittoria Poggio**, si è voluto dare più omogeneità e snellezza ai regolamenti.

Il Posto Tappa, che deve prevedere una targa apposita e trovarsi lungo un itinerario riconosciuto dalla Regione (o al massimo a 30 minuti di distanza), deve far parte di una rete organizzata che assicuri l'ospitalità per almeno due notti con una serie di servizi.

La seconda tipologia è invece una completa novità per il Piemonte (ma già diffusa all'estero e in Italia in Emilia Romagna): i "Condominium Hotel" (o Cond-Hotel) sono costituiti da singoli appartamenti all'interno di immobili (o nelle immediate vicinanze) che vengono appositamente riqualificati per dare ospitalità alberghiera, coordinati da un'unica reception. Gli appartamenti del Cond-Hotel devono avere dimensioni minime prestabilite e fornire alcuni servizi comuni. Ogni singolo proprietario di unità immobiliare può riservarsi un certo periodo dell'anno per l'uso personale dell'appartamento.

Per delucidazioni è intervenuta la consigliera **Monica Canalis** (Pd).

Turismo itinerante

La commissione ha poi espresso, sempre a maggioranza, parere preventivo favorevole alla legge regionale n. 5 del 201 che disciplina i complessi ricettivi all'aperto e il turismo itinerante.

La legge prevede l'inserimento del turismo itinerante, ovvero le aree attrezzate, le zone camper service, le piazzole allestite presso campeggi o villaggi turistici o in aree di servizio, i punti destinati al parcheggio dove sono consentiti la sosta e il pernottamento senza servizi aggiuntivi. Tutto ciò per vivere la vacanza a stretto contatto con la natura e con la cultura dei luoghi visitati, lontano dalle destinazioni di massa e dal turismo stanziale.

È prevista anche l'inclusione di forme innovative di accoglienza turistica come il garden sharing, che consente a soggetti privati di mettere a disposizione dei turisti, con o senza mezzi propri, spazi o aree verdi ed eventuali allestimenti fissi o mobili (tende o bungalow) fino a un massimo di due ospiti per tre notti consecutive.

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

nexti
XPay
Hotel

L'OSPITALITÀ ITALIANA
FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

Accettare i pagamenti
in modo digitale
garantendo un incasso
sicuro non è mai stato
così facile!

SCEGLI XPAY HOTEL PER
IL TUO E-COMMERCE
A CONDIZIONI SPECIALI

**SOLO PER TE UN VOUCHER
PROMOZIONALE «NEXI4TOURISM»**

**Dettaglio
Offerta
Federalberghi**

NEXI4TOURISM

- Nessun costo di attivazione
- Canone mensile 7,00 €
- Servizio Protection Plus 7,50€ una tantum
+2,50€ al mese
- Costo per transazione pari a 0,10 €
- Commissione unica pari a 1,40% sul valore transato

<https://ecommerce.nexti.it/guida-primafase?p=2>

L'accordo prevede un'offerta "solo e-commerce" per gli alberghi senza nessun contratto acquiring con Nexio Banche Partner.

Per Associati a Federalberghi provincia di Verbano Cusio Ossola

Interventi di riqualificazione energetica di immobili unifamiliari gratuiti, grazie al Superbonus 110% e gestione completa pratiche a costo zero

La proposta è rivolta a tutti gli Associati

proprietari di **edifici unifamiliari** oppure **unità immobiliari unifamiliari indipendenti in edifici bifamiliari**

Per i Richiedenti verrà fatto uno **studio preliminare gratuito di verifica di idoneità ai requisiti richiesti e di l'accessibilità al Superbonus 110%**

Sia che il procedimento abbia esito positivo, sia che non vada a buon fine al Richiedente **non verrà richiesto alcun esborso economico per l'intera pratica**

Migliora l'efficienza energetica di casa tua, a costo zero con Superbonus 110%



Risparmio da autoconsumo
fino al 90% dei consumi totali



Sconto del 100%
del corrispettivo economico dovuto



Tutto incluso
impianti installati e attivati, chiavi in mano



Società di 

Agenzia commerciale accreditata:

ENERGIES

GRUPPO ASTRA

Via Savigliano, 6/B3
Roreto di Cherasco (CN)
Centralino 0172.05.00.74

Al tuo fianco al 110%

Chi è Evolvere Spa Società Benefit

E' la società che gestisce le pratiche, la progettazione, la realizzazione "chiavi in mano" degli interventi e la manutenzione degli impianti.

Azienda leader nella generazione distribuita di energia da fonti rinnovabili, con oltre 60.000 impianti fotovoltaici domestici di piccola taglia che fanno parte della più grande community energetica di prosumer in Italia.

Chi è Gruppo Astra

Società di consulenza e servizi con sede a Roreto di Cherasco (CN) è partner commerciale di Evolvere Spa.

Da oltre 20 anni svolge attività di consulenza in ambito energetico, a supporto degli Enti pubblici, delle Aziende e Privati, con mandati da parte di primari Soggetti economici per forniture e servizi energetici, e interventi di efficienza energetica.

Per informazioni contattare:

Sig.ra Maria Paola Mathieu - Mob: **+39 335 5970784** Email: m.mathieu@alma.it

La proposta è estendibile anche a familiari e dipendenti degli Associati

Il personale dell'hotel: un capitale da accrescere e valorizzare

Il personale dell'hotel non è semplicemente un **insieme di collaboratori** che lavorano per un'attività, bensì la chiave per offrire un servizio di qualità superiore e, con esso, alimentare recensioni positive.

Nell'accoglienza il cliente si rapporta in modo diretto e talvolta prolungato con le diverse figure nelle rispettive funzioni ed è quindi essenziale che vi sia massima attenzione alla formazione di ognuna di esse.

A complicare il lavoro dell'albergatore c'è, ovviamente, il fattore tempo. Il tempo aiuta il personale a prendere confidenza con il proprio ruolo, ma il settore dell'ospitalità soffre un **tasso di abbandono** troppo elevato.

Parliamo di una percentuale che sfiora il 70%, un dato allarmante se unito ad una crescita demografica costantemente con il segno negativo. Tradotto, non solo manca il tempo di formare adeguatamente una figura, ma presto mancherà anche la materia prima, i giovani desiderosi di apprendere un mestiere.

Assumere il personale giusto

La base per la creazione di una squadra di successo per la propria attività è il **reclutamento**, ovvero la selezione del personale.

È importante rivolgersi a chi vuole una carriera, indipendentemente dal ruolo, per questo dobbiamo sempre avere per ognuno un valido percorso di crescita. Inoltre, dobbiamo considerare il personale temporaneo, ma poiché molto dipenderà dal fornitore, possiamo solo assicurare per loro il miglior ambiente di lavoro possibile.

Per trovare candidati adeguati è utile essere precisi, sia sulla descrizione del ruolo che sul tipo di contratto proposto, senza tralasciare altri dettagli importanti per il dipendente.

Nell'annuncio è necessario fornire un breve elenco delle abilità e conoscenze richieste, per permettere al potenziale candidato di capire se potrebbe essere in grado di ricoprire il ruolo.

Le selezioni si possono fare mediante video, oltre che tramite curriculum, soprattutto per **verificare preventivamente l'approccio di ogni elemento al colloquio**. Inoltre, per avere personale qualificato ci si può rivolgere alle scuole di categoria, che dovrebbero assicurare quella formazione di base ormai difficile da garantire "on the job".

Per quanto riguarda i canali, esistono molte piattaforme dedicate al recruiting, ma essendo strumenti non possono prescindere da un annuncio ben scritto, informativo e motivante allo stesso tempo.

Fare colloqui mirati per evitare che i dipendenti abbandonino il lavoro

Durante il colloquio bisogna farsi un'idea tanto delle competenze quanto della personalità effettiva del candidato, del modo di prendere decisioni e di essere operativi sul campo. Quindi è bene fare le stesse domande a tutti per poi valutare le risposte.

Chiedere informazioni su **capacità di problem solving**, magari di fronte ad una situazione concreta che potrebbe manifestarsi in quel posto di lavoro, parlare della loro esperienza nel rapportarsi con gli altri lavoratori e con gli ospiti, discutere anche di situazioni ipotetiche che potrebbero crearsi.

Per ogni competenza chiave, è utile chiedere di raccontare un episodio accaduto nel contesto lavorativo. Una risposta troppo generica e carente di dettagli, ci permetterebbe di capire la veridicità dell'episodio e l'effettiva padronanza della competenza.

In generale si può scegliere se fare un solo round di colloqui oppure due o tre incontri. Questo dipende solitamente dall'importanza del ruolo e dal numero di candidati.

Si possono usare tecniche diverse, dal gioco di ruolo all'approccio diretto, ma non dobbiamo mai dimenticare che la valutazione di una risorsa deve essere fatta nel tempo ed ecco perché il compito dell'imprenditore è quello di guadagnarne il più possibile.

reare un programma di formazione e valorizzazione

Spesso, anche quando ci si rapporta a persone che hanno ricoperto lo stesso ruolo presso un'altra struttura, si avvertono delle carenze. Talvolta il personale è formato, conosce ogni dettaglio ed è anche molto preparato, ma sembra non rispondere alle esigenze del luogo.

Questo avviene perché è indispensabile offrire una formazione personalizzata ai nuovi arrivati, rispetto le procedure ma soprattutto i valori aziendali che si vogliono trasferire agli ospiti. Riunioni, corsi di aggiornamento, appuntamenti di confronto e valutazione sono funzionali alla crescita dello staff e dovrebbero sempre essere pianificati e svolti con cadenza regolare.

Non è possibile pensare di costruire una squadra per il proprio hotel senza dare gli stimoli giusti al personale.

In sintesi

Per formare il proprio personale e valorizzarlo adeguatamente, serve tempo. Serve trattenerne le risorse con un ambiente inclusivo, ben organizzato, con punti di riferimento precisi in grado di rispondere alle domande di chi ha ancora poca esperienza.

Ognuno deve avere un equilibrio con la propria vita privata e questo vuol dire anche dare la possibilità a tutti di fare domande e discutere dei problemi. Talvolta i lavoratori scappano a causa dei manager, per orari che non permettono di avere una buona qualità di vita o per altre problematiche simili delle quali non parlano, pur amando il lavoro che fanno.

Servono, infine, un percorso di crescita e delle proposte economiche commisurate all'impegno richiesto, consapevoli però che non esiste la formula magica per impedire il turn over fisiologico.

Non esiste la formula magica, ma esistono strumenti e professionalità che possono essere molto utili nella gestione del personale. Il consiglio migliore possibile è quello di testare soluzioni diverse per capire quelle che meglio si adattano al vostro stile di gestione e raffinare progressivamente ogni aspetto della funzione risorse umane.

MI SENTO AL SICURO
PERCHÉ C'È CHI
DIFENDE I MIEI DIRITTI.

Anna



TUTELA LEGALE

Garanzie su misura • Assistenza professionale • Scelta del legale

Con UnipolSai Tutela Legale hai una polizza che difende i tuoi diritti, i tuoi interessi e copre le spese legali in caso di controversie giudiziali o stragiudiziali. Puoi contare su qualcuno che è al tuo fianco e ti assiste per tutelare la tua attività e la tua famiglia. Perché la tua tranquillità merita i migliori professionisti.

UnipolSai Assicurazioni. Sempre un passo avanti.

rate mensili*

**TASSO
ZERO**

TAN 0% TAEG 0%

TI ASPETTIAMO IN AGENZIA

AGENZIA SPINELLA • UNIPOLSAI ASSICURAZIONI

DOMODOSSOLA • C.so Disegna 6/8 • Tel. 0324 47893

VERBANIA • P.za Mercato 3 • Tel. 0323 405396

OMEGNA • Via F.lli di Dio 43 • Tel 0323 887232

PIEDIMULERA • Via Stazione • Tel 0324 842018

39002@unipolsai.it • www.unipolsaispinella.it

* Pagamento del premio di polizza tramite finanziamento a tasso zero (TAN 0,00%, TAEG 0,00%) di Finitalia S.p.A., da restituire in 5 o 10 rate mensili in base all'importo del premio di polizza (minore o maggiore di € 240,00). Esempio: importo totale del premio € 500,00 - tan 0,00% - Commissioni di acquisto 0,00% - importo totale dovuto dal cliente € 500,00 in 10 rate da € 50 ciascuna. Tutti gli oneri del finanziamento saranno a carico di UnipolSai Assicurazioni S.p.A. Operazione subordinata ad approvazione di Finitalia S.p.A. intermediario finanziario del Gruppo BPER Banca. Prima di aderire all'iniziativa, consultare le informazioni europee di base sul credito ai consumatori (SECCI) e l'ulteriore documentazione prevista dalla legge disponibili in agenzia e sul sito www.finitalia.it. Offerta valida sino al 30/06/2020 soggetta a limitazioni. Per tutti i dettagli e per verificare quali sono le polizze disponibili con il finanziamento a tasso zero rivolgersi all'agenzia.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Prima della sottoscrizione leggere il Set Informativo pubblicato sul sito internet www.unipolsai.it

UnipolSai
ASSICURAZIONI



L'Ospitalità al Vs. servizio !

FEDERALBERGHI PROVINCIA
DEL VERBALENO CUSIO OSSOLA

NOVITÀ 2021



Scopri subito uno strumento per ripartire...

A COSTO ZERO!

ERGO

Assicurazione Viaggi

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

CLICCA PER SCOPRIRE IL LINK

da inserire direttamente
sul sito della tua struttura
ricettiva.

**RISERVATO AGLI ASSOCIATI
FEDERALBERGHI VCO**

Domodossola

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

Verbania

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

Piedimulera

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

Omegna

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

Gravellona Toce

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



al sicuro oggi e domani

Marketing Automation per Hotel e Strutture Ricettive: come aumentare il profitto e le prenotazioni dirette

Per aumentare la visibilità della proprie attività, raggiungere potenziali clienti e fidelizzare quelli che hanno già soggiornato in struttura, bisogna pianificare specifiche strategie capaci di raggiungere questi importanti obiettivi.

Creazione di contenuti di qualità, attivazione di campagne mirate di digital marketing e monitoraggio costante dei dati e degli esiti delle attività svolte. Queste azioni possono essere programmate mediante l'utilizzo di strumenti che favoriscono l'**automatizzazione di ogni singola attività**, in modo da consentire ai gestori di **essere proattivi** ottimizzando tempo e risorse.

In questo articolo, vedremo come organizzare queste attività di marketing in modo semplice ed efficace, affidandosi ad un'unica suite che contenga al suo interno tutte le funzionalità necessarie per avviare e monitorare le proprie strategie di brand reputation, e non solo.

È possibile, infatti, trovare degli **strumenti all-in-one**, che inoltre consentono anche di potenziare la connessione internet a disposizione degli ospiti, evitando così di acquistare software diversi, ciascuno con le sue caratteristiche.

E-mail Marketing

Partendo dal database di contatti, è possibile utilizzare la piattaforma integrata di email marketing, scegliendo tra gli originali template che sono a disposizione. In questo modo sarà semplice preparare comunicazioni e newsletter profilate sulla base dei dati raccolti. Anche la programmazione degli invii consente di utilizzare al meglio le potenzialità di questo strumento di marketing, finalizzato principalmente alla **fidelizzazione** degli ospiti che hanno già soggiornato in struttura.

Sms Marketing

Anche la funzionalità **SMS marketing** può essere utilizzata per raggiungere il medesimo obiettivo. Con una semplice integrazione, è possibile inoltrare in tempo reale le proprie comunicazioni personalizzando sia il messaggio che il target dei destinatari.

Attraverso campagne di marketing profilate, da inviare tramite SMS al numero di cellulare dei clienti registrati all'interno del database, la strategia risulta immediata e, di conseguenza, molto più efficace.

Questa funzione è molto utile per gli albergatori e i gestori di attività ricettive, che desiderano far conoscere e promuovere i propri servizi ancillari oppure per formulare offerte di soggiorno mirate, sulla base delle preferenze espresse dai clienti, **incentivando il tasso di ritorno**.

WhatsApp Marketing

Oltre alla funzionalità "WhatsApp Login", grazie alla quale gli ospiti possono decidere di accedere alla connessione Wi-Fi della struttura tramite WhatsApp, i gestori possono sfruttare le potenzialità di questa applicazione per implementare e **potenziare le proprie strategie di marketing**.

Nello specifico, è possibile utilizzare la messaggistica istantanea per: l'invio programmato di questionari di gradimento e soddisfazione ("First Impression", "Customer Satisfaction"), invitare gli ospiti a lasciare una recensione sull'esperienza vissuta e sulla qualità del servizio offerto, comunicare in tempo reale con l'ospite prima, durante e dopo il soggiorno, fare cross-selling, ma anche per inviare automaticamente **messaggi di direct marketing** in determinati periodi dell'anno e offerte personalizzate.



FONTE / www.forniturealberghiereonline.it

COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



Riflessioni sul mercato energetico

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

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

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

Certa della vostra attenzione, Vi invito a mettervi in contatto con la ns. sede oppure direttamente con la Sig.ra Maria Paola Mathieu, che come sempre si è resa disponibile ad incontrarvi in azienda anche per esaminare le bollette relative alle Vs. utenze private oppure anche presso la ns. sede di Verbania, previo appuntamento, nell'orario di apertura al pubblico dei ns. uffici, dalle ore 09.00 alle ore 13.00 dal lunedì al venerdì.

Contatti diretti della Sig.ra Mathieu: Cell +39 335 5970784 / Mail: m.mathieu@alma.it oppure mariapaolamathieu@gmail.com

Ribadiamo che la proposta è estendibile anche ai Vs. cari e ai Vs. dipendenti, qualora interessati ad una consulenza gratuita sul tema.

Grazie per l'attenzione e in attesa di un Vs. contatto, siamo a porgere i ns. migliori saluti.

Direzione Federalberghi Provincia V.C.O.

INENERGY

GAS&POWER

L'energia sostenibile del tuo territorio

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

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

www.in-energy.it

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

ENERGIA

**100%
GREEN**

PRODOTTA DALLE CENTRALI
IDROELETTRICHE DELL' OSSOLA

info@in-energy.it

Numero Verde

800.188.569





SUPER BONUS 80% HOTEL DIGITALIZZAZIONE delle strutture alberghiere

Rientrano e possiamo fornirvi :



**Tv Hotel
IP Smart**



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

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



**Digitalizzazione
processi**

**Integrazione
con i Software
di vari PMS**



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

Contattaci per avere maggiori informazioni

Tel. 0322 94 617

commerciale@crollatelecom.it



Hospitality TV

Nuovo modo di utilizzare la TV

L'ospite può visualizzare e condividere i suoi contenuti sia televisivi che personali dal suo dispositivo (smartphone, tablet o PC) all'hospitality TV



PER INFO
NON ESITATE A CONTATTARCI:
0322.94617
commerciale@crollatelecom.it



TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Quesito: Ho letto che la Siae è slittata al 22 aprile. La proroga si applica anche alle Aziende stagionali?



Risposta:

Per poter usufruire della scontistica Siae riservata ai soci è preferibile che il pagamento venga effettuato dalla aziende stagionali prima dell'apertura, magari con un abbonamento semestrale.



**PARTNER
CARTA GIOVANI NAZIONALE
TANTI SOGNI, UNA SOLA CARTA.**



FEDERAZIONE PROVINCIALE
DEL VERRIANO CUSIO OSSOLA

L' Ospitalità al Vs. servizio!



Retalia

ACCOMODATION

RETALIA ACCOMODATION - RETE DI IMPRESE

Far parte di una "Rete di imprese" rappresenta un'opportunità di crescita per le imprese partecipanti, questa innovativa realtà permette di conseguire benefici ed obiettivi che le singole imprese difficilmente potrebbero raggiungere individualmente.

Il Contratto di Rete è un'innovativa forma di aggregazione tra imprese; i soggetti retisti mantengono la propria autonomia, indipendenza e specificità, tuttavia possono metter a fattor comune i loro punti di forza.

Una delle nostre tre reti, **Retalia Accomodation**, ad oggi conta decine di aziende dislocate su tutto il territorio nazionale e possono aderire tutte le aziende appartenenti al settore del Wellness, ovvero coloro che si occupano del benessere della persona.

Permette di collaborare a richiesta di un'altra impresa retista nell'esecuzione di contratti, commesse e appalti acquisiti da ciascuna per la specifica area di attività appartenente ai settori rispondenti alla denominazione generale del Wellness, con l'intero corollario di attività a supporto in tema di:

- ▶ **TURISMO**
- ▶ **RISTORAZIONE**
- ▶ **SPORT E SPETTACOLO**
- ▶ **SANITA'**



Corso Vigevano, 46 - Torino

segreteria@glgroupitaly.it

011 1988 7423

www.glgroupitaly.it



CREACASA



LUXURY LIVING

Seguici anche sui social



COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



SERVIZIO DI CONSULENZA LEGALE

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

Diritto civile

Contrattualistica nazionale e internazionale

Diritto commerciale e societario

Controversie di lavoro

Recupero del credito

Esecuzioni mobiliari e immobiliari

Procedure concorsuali

Infortunistica stradale

Diritto di famiglia

Amministrazione di sostegno

Diritto delle successioni

Locazioni e condominio

Privacy e protezione dei dati personali (GDPR)

Azione civile nel processo penale

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

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

Riferimenti Telefonici:

Tel.: 0323-40.3300

Fax: 0323-40.37.33

Mail:

info@federhotels.it



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

PROMUOVIAMO LA SICUREZZA DELLE PERSONE IN ALBERGO

CONVENZIONE ASSOCIATI PER L'ACQUISTO DI UN DEFIBRILLATORE DAE



IREDEEM+
just in time

PHILIPS
Distributore ufficiale

Come creare un ambiente inclusivo per gli ospiti del tuo hotel

Far sentire l'ospite a **proprio agio** richiede molto lavoro, ma è possibile concentrarsi su alcuni dettagli per ampliare la propria capacità di accogliere in modo adeguato la clientela.

Strategia operativa per il business inclusivo

La **strategia operativa** è importante e deve essere decisa in anticipo. Sviluppare una corretta linea inclusiva non è un dettaglio e non si può sottovalutare perché finirebbe per essere controproducente per il business. Per farlo bisogna lavorare su quei servizi che il target di riferimento potrebbe apprezzare, perciò è importante fare prima **un'analisi** di fondo.

Condividendo questa voglia di inclusività per tutti i clienti è facile che si crei una reputazione favorevole e quindi che l'hotel entri in un circolo virtuoso. Le entrate aumenteranno e sarà possibile anche attirare nuovo pubblico e clienti di ogni tipo.

Chief Diversity Officer: lavorare per l'inclusività

Nelle grandi realtà internazionali, per curare questa strategia, esiste il **Chief Diversity Officer**, una figura che si occupa di inclusione sotto ogni aspetto, dal personale al contatto con il cliente.

Questo specialista deve essere in grado di rilevare eventuali comportamenti non idonei nel team, pregiudizi o addirittura problemi alla conformità sul lavoro, facilitando l'interazione e l'integrazione per generare una migliore impressione nell'ospite e lavorando all'accoglienza di nuovi cluster di clienti.

Questi compiti sono strategici nelle strutture di qualunque dimensione ed è altrettanto chiaro come nelle piccole realtà questi siano assolti dal titolare o dal direttore. Se ci si rivolge solo ai **clienti business** non è detto che non si possano aprire le porte ai turisti più giovani che si spostano per vacanza.

Rivolgersi ad un target va bene, ma non deve essere un pretesto per chiudersi a riccio o peggio non includere gli altri. Allo stesso tempo, però, non si può generalizzare e aprire indiscriminatamente a tutti, ecco perché è fondamentale partire dai propri valori, dalla visione del proprio brand, per identificare target potenziali realmente coerenti.

Un hotel di lusso non deve necessariamente disprezzare il turista di passaggio che vuole concedersi una notte di svago, ma nemmeno accettare chiunque solo perché questo ha il denaro per poterselo permettere.

L'inclusione parte dal team dell'hotel

Considerando tutti questi elementi, risulta evidente come il personale dell'hotel sia determinante per una corretta strategia di inclusione, attraverso accorgimenti pratici e organizzativi e mediante figure apposite che vadano ad implementare, sia nel personale che nelle **strategie a lungo termine**, l'idea di inclusività.

Per i manager è doveroso comprendere come il concetto di inclusione parta dal team per poi arrivare al cliente. Quando si parla di comportamento corretto non si intende solo con gli ospiti, ma anche con i propri colleghi, per creare una vera squadra che operi in sinergia.

Si tratta di un lavoro che deve essere attuato nel tempo, tenendo conto dei cambiamenti della società e delle richieste che da questa pervengono.

Come migliorare l'ospitalità per il cliente

Un tratto distintivo importante per l'accoglienza riguarda **le politiche di cancellazione**. Quando ci sono regole molto rigide, questo compromette la fiducia dell'ospite.

Le persone hanno bisogno di un cuscinetto di salvataggio e quindi di sapere che, in caso di problemi, potranno evitare un danno economico. Le **prenotazioni flessibili** sono una strategia fondamentale, che dice molto anche sull'apertura verso l'altro. Guardando alla fase storica attuale è importante dichiarare apertamente le proprie politiche sanitarie e igieniche. Ovvero in che modo e con quali sistemi si contribuisce a tenere **l'ambiente pulito e igienizzato**.

Si può iniziare anche con semplici passaggi come pagamento contactless e linee guida esplicitate nei vari ambienti. Al centro di tutto c'è sempre però il **personale** che è il fulcro dell'attività. Il team deve essere pronto ad accogliere le richieste della clientela in modo adeguato, giorno dopo giorno.

L'impressione che si lascia è fondamentale, da questa dipende l'idea del **brand** che il cliente si fa e anche quella che comunicherà agli altri. È doveroso per i manager parlare con il personale, lavorare per stimolarlo e motivarlo. Un altro dettaglio degno di nota è inerente la **tecnologia** offerta, quindi dal Wi-Fi, all'intrattenimento, agli schermi adeguati.

Un elemento che gli ospiti sembrano apprezzare per sentirsi accolti è la **personalizzazione** dello spazio. Quando un ospite si sente speciale, è soddisfatto. Quindi, perché non spendere anche pochi minuti per personalizzare l'esperienza degli ospiti? Ormai da anni conosciamo l'importanza di lasciare un cioccolatino sul letto, una bottiglia in camera quando si legge la data del compleanno sulla carta di identità o un piccolo gadget all'arrivo o in partenza.

Anche gli elementi che compongono il **comfort** sono determinanti quindi è importante prestare massima attenzione a biancheria, cuscini, spazi, organizzazione del bagno e prodotti in omaggio. Gli **impianti** devono essere idonei, sia quello elettrico con luci funzionanti e ben organizzate, con possibilità di regolare l'illuminazione; sia l'impianto idraulico su cui devono essere eseguiti controlli regolari.

Tutto questo è inclusione, ma, oggi, è anche la normalità. Ogni cliente se lo aspetta ed è per questo che parlare attualmente di inclusione significa aprirsi ad argomenti dal valore più profondo. L'inclusione può condurre una struttura all'accessibilità, un concetto che si rivolge esplicitamente a chi ha limitazioni motorie, cognitive o sensoriali, o alla causa green, volendo includere chi è sensibile alle tematiche ambientali. Creare un ambiente inclusivo aiuta a massimizzare le prenotazioni e quindi la propria attività.

Talvolta è difficile comprendere questo concetto a pieno, ma essere inclusivi vuol dire offrire il medesimo servizio indipendentemente dall'età, dalla disabilità da cui si è affetti, dal genere e da qualunque altro dettaglio. **Il 56% dei viaggiatori, ritiene rilevante l'inclusività** in un'attività di accoglienza, al punto che il 50% si dice disposto a pagare fino al 20% in più per un'azienda aperta alla diversità.

Essere accolti in modo equo, senza differenze per genere, etnia, orientamento sessuale, è determinante. Certo, per includere determinate categorie saranno necessari interventi di rimozione delle barriere architettoniche, realizzazione di nuovi opuscoli e brochure, rivedere gli arredi se culturalmente inappropriati o incoerenti, ma considerando anche le opportunità offerte dalle attuali politiche industriali, come il PNRR, il gioco potrebbe valere molto più della candela.

La stagione turistica alberghiera nel
Distretto Turistico dei Laghi
sta per iniziare.

E' il momento giusto per **conoscerci meglio**
e fissare degli **obiettivi comuni**
per la **prossima stagione.**

Richiedi **un incontro**
presso la tua struttura sarò felice di lasciarti
una ampia documentazione su
tutti i servizi offerti
dalle
mie partnership.



Mauro Marinone **Trading Provider** per Unica srl distributore dei prodotti e servizi della
www.soluzioniufficio.net 348 78 18 341 m.marinone@agenziaunica.it



Apri il sito
www.maximaimpianti.com



MAXIMA
IMPIANTI

Cassazione: l'intermediario non è responsabile dei disservizi

In caso di **vendita intermediata**, è l'organizzatore a rispondere dei disservizi e non il rivenditore. Una sentenza della Cassazione interviene a fare chiarezza su una materia che spesso genera equivoci tra i clienti.

Come riporta altalex.com, la **sentenza 3150** del 2022 degli ermellini scrive la parola definitiva sulle responsabilità dei disguidi organizzativi e su chi debba rispondere del danno da vacanza rovinata.

Da sottolineare che il pronunciamento va a ribaltare il giudizio di **primo grado**, che aveva invece ritenuto responsabile l'agenzia di viaggi, anche se per il pacchetto tutto compreso in questione come organizzatore figurava un tour operator e non l'adv, che aveva svolto solo il ruolo di intermediario.

La parola definitiva

La Sesta sezione civile della Corte ha sottolineato che la normativa in vigore non ammette alcun dubbio sui ruoli di **organizzatore, venditore e intermediario** di viaggi e vacanze. Nel caso in cui l'agenzia svolta il ruolo di intermediario, a rispondere dei disguidi organizzativi è l'organizzatore del viaggio, in questo caso il tour operator.



DAL 6 AGOSTO ENTRA IN VIGORE IL DECRETO LEGGE 105 DEL 23/07/2021 CHE PREVEDE

L'OBBLIGO DEL POSSESSO DEL GREEN PASS PER POTER ACCEDERE A DETERMINATI SERVIZI, QUALI:

- RISTORAZIONE
- PALESTRE
- CENTRI BENESSERE
- ALBERGHIERO
- SPETTACOLI ALL'APERTO
- COMPETIZIONI SPORTIVE
- MUSEI
- LUOGHI DI CULTURA
- SAGRE
- FIERE E CONVEGNI
- CENTRI CULTURALI
- CENTRI SOCIALI E RICREATIVI



CAF INFORTUNISTICA S.R.L. PROPONE:

- LA GESTIONE DEL REGISTRO PER IL TRATTAMENTO DEI DATI,
- LA STESURA DELLA LETTERA DI INCARICO PER IL TRATTAMENTO DEI DATI LEGATI AL GREEN PASS PER POTER UTILIZZARE L'APPLICAZIONE DI VERIFICA DEL QR CODE DEI TUOI CLIENTI

COSTO ABITUALE € 200,00 + IVA. / COSTO RISERVATO AZIENDE ASSOCIATE FEDERALBERGHI € 180,00 + IVA

CONTATTI:

Tel: 0323.840219 - chiedendo di Milena o Arianna

Email: arianna.bonometti@cafinfortunistica.com

milena.frattini@cafinfortunistica.com

UnipolRental
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE



LE NOSTRE OFFERTE RISERVATE SOLO A TE

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



**FIAT
DOBLÒ**

**AUDI A3
SPB**

**BMW
X1**

SENZA PENSIERI CON UNIPOLRENTAL

- 
AUTO NUOVA
- 
**MANUTENZIONE
ORDINARIA
E STRAORDINARIA**
- 
**ASSICURAZIONE
COMPLETA**
- 
COSTI CERTI
- 
**SOCCORSO
STRADALE
H24**
- 
**SERVIZIO
PNEUMATICI**
- 
**MANTENIMENTO
CLASSE
BONUS | MALUS**

RECATI IN AGENZIA E USUFRUISCI DELLO SCONTO DEDICATO AGLI ASSOCIATI

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

UnipolRental
NOLEGGIO A LUNGO TERMINE



**spinella
& tamini**

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

La mancata consegna della Pec è sempre da imputarsi al mittente

Nell'utilizzo della Pec, la Posta elettronica certificata, il mittente deve accertarsi che il destinatario della comunicazione sia stato messo nella condizione di conoscerne effettivamente il contenuto, ossia che la stessa gli sia stata resa disponibile. Altrimenti deve adoperarsi per far sì che ciò avvenga. È quanto emerge da una sentenza del Tar (la numero 00099/2022) di Cagliari in cui si evidenzia la differenza tra Pec e raccomandata con ricevuta di ritorno, nell'ambito di un ricorso contro un'ordinanza di demolizione.

La pratica edilizia all'origine della pronuncia

La vicenda inizia quando da un piccolo comune della Sardegna, nel 2021 viene emanata un'ordinanza di demolizione in riferimento a una pratica dello Sportello unico per le Attività produttive e per l'edilizia (Suape) del 2020 per la realizzazione di un tratto di muratura lungo una recinzione e altri interventi. È la fase conclusiva di un procedimento partito con una Dua (Dichiarazione autocertificativa unica) allo sportello unico per le attività produttive cui segue un preavviso di rigetto e quindi una mail con osservazioni inviata all'indirizzo di Posta elettronica certificata del Comune.

La mancata ricezione causa casella piena

La Pec però, come attestata dalla ricevuta di mancata consegna, non arriva perché la casella postale dell'Amministrazione risulta piena. Il Comune dà corso al provvedimento dando atto della «mancanza di osservazioni da parte dell'interessato». C'è quindi il ricorso al Tar. La tesi del ricorrente secondo cui l'onere di diligenza del privato cittadino si arresterebbe all'invio della Pec «dovendo al contrario essere esclusivo onere del titolare della casella di posta provvedere alla sua periodica manutenzione e svuotamento in modo che sia costantemente idonea alla ricezione di atti» non viene condivisa dai giudici.

L'avviso di mancata consegna

I magistrati, sottolineano che «il documento informatico si intende consegnato al destinatario quando la Pec del destinatario ha generato la ricevuta di consegna ed anche nel caso in cui la consegna non sia potuta avvenire per causa imputabile al destinatario. Tale previsione è di particolare importanza per il caso in cui la comunicazione debba essere trasmessa all'amministrazione entro un determinato termine». Non solo, «quando la spedizione con Pec non va a buon fine e il mittente riceve un messaggio di mancata consegna generata dal sistema, è escluso a priori che la comunicazione sia pervenuta nella sfera di conoscibilità del destinatario, il quale può restare peraltro completamente ignaro anche dell'impossibilità di recapitargli la Pec».

La differenza tra Pec e raccomandata cartacea

Da qui la sussistenza della «netta distinzione da questo punto di vista tra il sistema delle comunicazioni elettroniche tramite Pec e il sistema postale cartaceo, poiché diversamente da quanto avviene con le comunicazioni a mezzo raccomandata dove l'operatore rilascia al destinatario una ricevuta con la quale non solo si rende possibile il ritiro della posta in un momento successivo, ma soprattutto si pone il destinatario nella condizione di sapere che vi è una comunicazione a lui rivolta e che è suo onere attivarsi per ritirarla, nelle trasmissioni mediante Pec è esclusivamente il mittente che riceve la comunicazione della mancata consegna, mentre il destinatario ne resta all'oscuro e soprattutto non ha alcun modo per recuperare la comunicazione non recapitatagli dal sistema se il mittente non provvede ad inviargliela di nuovo».

Le colpe del mittente

La ricevuta di spedizione e mancato recapito, per i giudici, «può avere quindi rilievo ai soli fini della prova del rispetto dei termini, ma non anche sulla valutazione della legittimità della successiva azione dell'amministrazione». Sottolineando quindi che il mittente aveva piena contezza del mancato ricevimento della Pec, i giudici concludono sottolineando che «la parte ricorrente, usando l'ordinaria diligenza, ben avrebbe potuto rendersi conto che la Pec da lui inviata al Comune, in risposta al preavviso di provvedimento negativo, non era stata ricevuta dallo stesso Comune (che aveva la casella di posta piena) e ben avrebbe potuto provvedere ad un nuovo successivo invio delle sue osservazioni sempre a mezzo Pec o avrebbe potuto pure consegnare le stesse a mano agli uffici, viste le piccole dimensioni del Comune, avendo interesse che l'amministrazione le potesse valutare». Ricorso respinto, spese compensate.





Piemonte, un sito e un logo per lanciarsi come 'European Region of Sport 2022

Piemonte ai nastri di partenza per presentarsi al mondo come "European Region of Sport 2022". Dopo il riconoscimento ottenuto lo scorso novembre da **Aces Europe**, la **Federazione delle Capitali** e delle **Città Europee dello Sport**, oggi è stato lanciato il portale "**piemontesport.org**", unitamente al **logo ufficiale** in cui il disegno della Regione prende forma sopra molteplici strie di colore.

"Rappresentano i tanti volti e valori del nostro territorio - ha spiegato **Beppe Carlevarsi**, presidente del consiglio d'amministrazione di **VisitPiemonte** - perché uno dei meriti maggiori che ci sono stati riconosciuti riguarda proprio la vivacità culturale dei 1180 Comuni piemontesi, grazie ai quali il progetto è stato pensato come grande occasione per promuovere lo sport di base insieme al turismo. Siamo la prima Regione in Italia a ottenere questo titolo e vogliamo mostrare al mondo la nostra storica capacità di saper unire micro e macro".

Grazie alle tre sezioni di ricerca "**tipo di evento**", "**sport**" e "**località**" è infatti possibile rendersi conto della capillarità dell'offerta, impreziosita da immagini e video promozionali.



PIEMONTE

2022

REGIONE EUROPEA DELLO SPORT
EUROPEAN REGION OF SPORT

Vacanze in hotel, così cambiano le prenotazioni degli italiani

A imporlo è stata la **pandemia**, che ha stravolto le abitudini di viaggio degli italiani disorientandoli e rendendo il flusso turistico **sincopato, sottodato e improvvisato**.

E allora, per riuscire a intercettare una **domanda sempre più intermittente**, gli albergatori hanno dovuto adeguarsi, ridisegnando le strategie di marketing e investendo sul **restyling totale** dei loro siti internet e sulla **semplificazione** dei meccanismi di prenotazione e di pagamento.

Un investimento che non ha tardato a dare frutto, come dimostra la classifica pubblicata da **SiteMinder** sui **canali di prenotazione** dei viaggiatori **che hanno generato più ricavi** nel 2021. Classifica che vede sempre al primo posto un colosso come **Booking**, ma con una novità: sul secondo gradino del podio, a togliere a Expedia la medaglia d'argento, si piazzano le **prenotazioni sui siti** degli hotel, che salgono di una posizione rispetto al 2020 e di due rispetto al 2018.

Sul podio le prenotazioni dirette

Prenotazioni dirette che, come spiega [Repubblica](#), sono uno dei principali **driver di reddito** per le strutture alberghiere non solo in Italia, ma anche in una dozzina di destinazioni tra quelle più richieste dai nostri connazionali. "Gli hotel - spiega **James Bishop**, senior director of global ecosystem di SiteMinder - stanno vivendo una **nuova era dell'ospitalità**, dominata da quello che abbiamo identificato come 'viaggiatore dinamico', ossia un cliente evoluto, che arriva al momento della prenotazione con **idee e preferenze ben definite**. I nostri dati evidenziano la volontà degli albergatori di attirare **nuovi clienti** combinando strumenti sia nuovi, sia già consolidati e definendo una **strategia commerciale** precisa per vendere, monitorare e far crescere il proprio business".

Dopo il terzo posto di **Expedia**, al quarto troviamo **Hotelbeds**, seguito da **Hostelworld** che, secondo SiteMinder, è un canale di prenotazione in crescita grazie all'aumentato interesse per forme di ospitalità alternative come quella di sistemazioni più economiche che consentano di **condividere l'esperienza di viaggio**.

Tra le piattaforme che stanno scalando i mercati internazionali c'è poi **Airbnb**, salito in 12 Paesi e al debutto in tre, nonostante il canale abbia aperto alle sistemazioni alberghiere solo quattro anni fa. All'ottava piazza entra **Smartbox**, davanti a **WebBeds-Sunhotels** e con **Lastminute.com** alla decima posizione. **Chiudono la classifica H r s e, appunto, Airbnb.**

La ricerca di esperienze personalizzate

"L'aumento di consensi di Hostelworld e Smartbox rivela le trasformazioni del mercato - spiega **Daniele di Bella**, vicepresidente Emea per SiteMinder -. Sono due canali che offrono diverse soluzioni di prezzo, ma entrambi mettono in luce la capacità dei viaggiatori più giovani di saper acquistare scegliendo il **miglior rapporto qualità-prezzo** e in funzione di un'esperienza personalizzata nella quale potersi identificare".

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



L' Ospitalità al Vs. servizio!

Via G. Canna n. 9
28921 Verbania Intra
(VB)
C.F.: 93032870037
Tel: 0323 403300
Fax: 0323 403733
@mail:
info@federhotels.it

Portale web
www.federhotels.it

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

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



APP / WEB & TECH

PAYPAL FARÀ PAGARE 10 EURO AGLI UTENTI INATTIVI: I DETTAGLI DELLA NUOVA TARIFFA

Con un annuncio arrivato via mail, in cui ha annunciato una serie di modifiche alle condizioni contrattuali, **PayPal ha spiegato che introdurrà una tariffa per venditori ed utenti** classici che posseggono account inattivi da almeno 12 mesi.

Nella fattispecie, è previsto il pagamento di una **tariffa di 10 Euro "per inattività per i conti che siano risultati inattivi per almeno 12 mesi consecutivi"**. Tale addebito avverrà ad Ottobre 2022 sui conti dei venditori e da ottobre 2023 per i conti personali.

Nell'[aggiornamento delle condizioni d'uso di PayPal](#), inoltre, la compagnia spiega che a partire dal 6 Maggio 2022 "modificherà il proprio programma Protezione vendite in modo da ampliare l'elenco degli articoli non idonei, che ora includerà taluni token non fungibili (NFT) associati a transazioni il cui importo sia superiore a 10.000 USD", ed apporterà anche **altre modifiche al funzionamento** tra cui alcuni cambiamenti alle azioni che può intraprendere in caso di pubblicazione di contenuti illeciti tramite PayPal o l'uso di PayPal. Sarà modificata anche la sezione reclami aggiungendo ulteriori informazioni relative alle informazioni relative ai reclami.

FONTE / <https://tech.everyeye.it/>