



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
NEXI – CONVENZIONE FEDERALBERGHI	PAG. 3
A VALENCIA IL LUNEDI' DIVENTA FESTIVO	PAG. 6
IL NUOVO TURISMO	PAG. 7
QUANTO E' COMPETITIVA L' ITALIA IN EUROPA?	PAG. 10
ITA AIRWAYS, INTESA CON ADR E TRENITALIA	PAG. 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
TRIBUNALE APERTO	PAG. 16
TECNOLOGIA E SOSTENIBILITA'	PAG. 20 e 21
ECCO PERCHE' L' ITALIA SARA' INVASA DAI TURISTI STRANIERI	PAG. 22
DDL SEMPLIFICAZIONI – NOVITA' ANCHE PER IL TURISMO	PAG. 23
DALLA DESTAGIONA- LIZZAZIONE AL FARE SISTEMA	PAG. 24 e 25
COME L' INTELLIGENZA ARTIFICIALE STA CAMBIANDO IL SETTORE ALBERGHIERO	PAG. 26 e 27
BAROMETRO DEL TURISMO – 1° TRIM 2023	PAG. 28
APP & DINTORNI	PAG. 29

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

OVERVIEW

Il Tar bocchia la soprintendenza: i paesi non sono borghi intoccabili. Via libera al fotovoltaico

E' un principio rivoluzionario quello che il tribunale amministrativo regionale ha sancito in una sentenza destinata a cambiare i rapporti con i vincoli paesaggistici e la stessa percezione di "paesaggio". Ovvero che i paesi trasformati in "borghi" non possono e non devono essere pezzi da museo, insomma, ma luoghi nei quali la gente deve vivere possibilmente al passo con i tempi. Che della retorica del "borgo dove il tempo si è fermato", anche no.

Il Tar dell'Aquila ha infatti dato ragione nei giorni scorsi a tre famiglie di Pacentro a cui era stata negata l'autorizzazione ad installare, nell'ambito dei lavori del superbonus 110, tre impianti fotovoltaici sui tetti delle loro case. Secondo la soprintendenza, infatti, i tre impianti da 20 pannelli l'uno, avrebbero inquinato la percezione visiva dei luoghi andando a rovinare i "valori del paesaggio rurale e del paesaggio naturale rappresentati". E questo nonostante il progetto presentato fosse quanto il meno possibile impattante, con pannelli non riflettenti e anche mimetizzati nei colori.

Il Tar, però, ha dato torto alla soprintendenza stabilendo che il diniego doveva essere motivato nel merito e non in via generica, ovvero con un no generalizzato al fotovoltaico, ma soprattutto stabilendo che l'inquinamento del paesaggio deve essere comunque bilanciato con quello dell'ambiente e della natura. Che insomma meglio una tegola fuori posto, che una nuvola in più di Co2.

"L'impiego di impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili è qualificato dalla legislazione vigente come opera di pubblica utilità ed è incentivato dalla legge in vista del perseguimento di preminenti finalità pubblicistiche correlate alla difesa dell'ambiente e dell'ecosistema, sicché le motivazioni del diniego devono essere particolarmente stringenti – spiega il Tar-. Il *favor* legislativo per le fonti energetiche rinnovabili richiede di concentrare l'impedimento assoluto all'installazione di impianti fotovoltaici in zone sottoposte a vincolo paesaggistico unicamente nelle 'aree non idonee' espressamente individuate dalla Regione, mentre, negli altri casi, la compatibilità dell'impianto fotovoltaico con il suddetto vincolo deve essere esaminata tenendo conto della circostanza che queste tecnologie sono ormai considerate elementi normali del paesaggio in quanto la presenza di impianti fotovoltaici sulla sommità degli edifici non è più percepita come fattore di disturbo visivo, bensì come un'evoluzione dello stile costruttivo accettata dall'ordinamento e dalla sensibilità collettiva".

I giudici hanno così dato il via libera al fotovoltaico, condannando il ministero della Cultura anche a pagare le spese di giudizio.

"Pittoreschi" sì, fuori dal tempo no.

Molto di più per il tuo Hotel: gestisci tutte le prenotazioni e **incassi senza pensieri** con **XPay Hotel.**

**CANONE
ZERO**

Prorogato fino
al 30.06.2023

XPay Hotel la piattaforma di
pagamento online completa che
ti aiuta a gestire le prenotazioni
e a massimizzare le garanzie
di incasso anche in caso di disdetta.



OFFRI

più di 30 metodi
di pagamento.



ACCETTA

pagamenti dilazionati
nel tempo.



INCASSA

in sicurezza anche con
prenotazioni telefoniche.

Inquadra il QrCode



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



nexi

every day, every pay



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



5stelle
native cloud pms



**Stagione alle porte? Fatti trovare pronto,
passa a 5stelle*, non è mai troppo tardi.**

5stelle* è il primo gestionale alberghiero cloud italiano che ha fatto della facilità d'uso la sua bandiera. Anche installazione, set-up e apprendimento sono agili e veloci, niente tempi morti per essere pronti e operativi in tempi rapidissimi. Chiedi in giro, oltre 3.000 albergatori, non solo in Italia, sono già saliti sulla nostra nuvola, ti va di essere il prossimo?

www.hotelcinquestelle.cloud

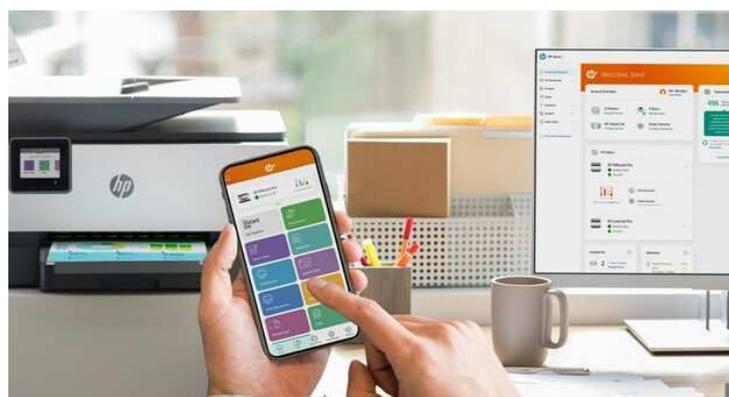
Il lunedì diventa festivo: Valencia sperimenta la settimana lavorativa di 4 giorni

A Valencia, per un mese, si lavorerà solo **quattro giorni** a settimana. Sfruttando la concatenazione dei lunedì festivi di aprile, l'amministrazione della città spagnola ha infatti lanciato una sperimentazione con l'obiettivo di valutare l'impatto di un **orario di lavoro limitato a 32 ore settimanali** su produttività, economia, tempo libero e sostenibilità.

La questione è al momento oggetto di una contrattazione tra imprenditori e sindacati, ma il Comune spagnolo ha dichiarato di voler sfruttare **dati quantitativi e oggettivi** per capire "cosa succederà". Il succo del progetto si sostanzia nelle parole del primo cittadino valenciano **Joan Ribò**, che all'inizio di marzo aveva lanciato una campagna informativa sull'argomento: "Vogliamo una città accogliente e sana che si prenda cura delle persone", aveva dichiarato, convinto che le persone debbano "lavorare per vivere" e non "vivere per lavorare".

Esperienze simili hanno già visto la luce in molti paesi del mondo, tra cui Inghilterra, Lituania, Nuova Zelanda, Germania, Svezia, Islanda, Portogallo e Giappone. Sull'*Indipendente* viene riportata una più ampia ricerca sul tema, condotta nel Regno Unito e pubblicata lo scorso febbraio, che ha coinvolto 61 aziende di settori diversi e 2.900 dipendenti, cui è stato chiesto di lavorare per circa **34 ore alla settimana**. Se da un lato, com'era prevedibile, si è attestato che il 71% degli impiegati ha dichiarato di **sentirsi molto meno stressato** lavorando un giorno in meno, i ricercatori hanno acclarato anche altri dati sorprendenti, come la **riduzione del 65% dei giorni di malattia** e un **calo del 57% del numero di licenziamenti** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

I risultati del test saranno successivamente valutati dal **centro di innovazione Las Naves** del Comune di Valencia, che diramerà le conclusioni della sperimentazione a partire dal 20 luglio. La ricerca indagherà in particolare le conseguenze della riduzione della settimana lavorativa sulla **salute**, il benessere sociale e l'equilibrio tra lavoro e vita privata delle persone, nonché, ad ampio raggio, sull'**emergenza climatica**, il traffico e l'economia. Infine saranno oggetto di valutazione anche gli effetti sul **turismo interno**, l'industria alberghiera e il commercio.



FONTE / www.lindipendente.online

Il nuovo turismo, fra riscoperta dell'ozio e tramonto dell'happiness

Strano fenomeno quello della **Generazione Z**. Se, da una parte, una fetta del marketing la derubrica come una delle tante categorie sociologiche ormai mediamente ininfluenti per gli studi di mercato, coloro che ne fanno parte, invece, si sentono - molto più dei Millennials che li hanno preceduti - un gruppo con caratteristiche nettamente delineate. Che rivendicano. Prima generazione a non avere conosciuto il **mondo senza il wideweb**, spaziano fra chi è nato tra il 1997 e il 2012 e, incasellando disinvoltamente nonni e genitori nella fascia dei **Boomers**, si concepiscono come una **grande brigata trasversale al pianeta**; fluida in termini di appartenenza geografica, sociale e sessuale.

Il **mondo delle imprese** guarda a loro con curiosità, li osserva e li indaga cercando di incasellarne i gusti, anticiparne le richieste, rubarne il cuore. Missione ardua, soprattutto se compiuta da chi anagraficamente del gruppo non fa parte. Per questo ho provato a entrarci in punta di piedi, approfittando della disponibilità di **Matteo Guglielmo**, Gen Z per un soffio (è nato nel 1997), laureato a pieni voti in Comunicazione Pubblica e Politica, professionalmente attivo in ambito sociale, che su questo ha scritto un libro. In carta e inchiostro, ma suddiviso per hashtag anziché per capitoli.

Oltrepassata la copertina, si spalanca il suo mondo. E si scoprono cose interessanti anche per chi fa turismo. Anzitutto che quando sono in **vacanza** i **Gen Z** sanno apprezzare il **puro ozio**. Le grandi abbuffate di passatempi organizzati per procura da terzi restano roba da Boomer. *"Quella che da piccolo chiamavi noia, prende il nome di ozio e ti ritrovi a rincorrerlo come l'El Dorado"*, scrive l'autore, che all'**hashtag Happiness** sostiene infatti di preferire l'**hashtag Felicità**. In una (moderata) pianificazione delle attività, i Gen Z gradirebbero tuttavia una maggiore attenzione per l'effettiva **fattibilità legata al meteo**, *"siamo ossessionati dal controllo della temperatura, dei venti, della percentuale probabilistica di piogge"*. Il che, per gli organizzatori, significa flessibilità estrema. Una flessibilità peraltro giustamente pretesa anche per tutto quanto attenga alla sfera **gender**. *"Se sei gay lo devi dichiarare, se sei bisessuale lo devi dire, se sei pansessuale gli altri lo devono sapere. Se sei etero? In questo caso sei a posto e puoi fare quello che vuoi"*, rimarca ironico l'autore.

Insomma, nel libro gli hashtag sono oltre cento, per altrettanti capitoli brevissimi, tutti utili per capirci qualcosa in più, di questa Gen Z. Ne manca però uno dedicato al turismo e uno alla vacanza. Che ho chiesto di creare in **esclusiva per TTG**. Eccoli.

#Turismo: "non bisognerebbe dimenticare che se un luogo diventa attrazione turistica è anche perché in quello stesso luogo ci sono persone che operano per il bene della collettività, risistemando parti di città e di paesi cadute a pezzi, pulendo spiagge, occupandosi di 'belle azioni' per il territorio e per la conservazione dei colori della vita".

#Vacanza: "la penso come un'occasione per 'portarsi a casa qualcosa di nuovo dentro'. Agendo però sempre in protezione di quanto ci viene offerto, al fine di farne dono a noi stessi ma anche a chi verrà dopo".

È il nuovo modo di concepire il settore. #prendiamonota.

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

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

 **spinella
& tamini**
al sicuro oggi e domani

Quanto è competitiva l'Italia in Europa ?

L'Italia è al ventunesimo posto per competitività rispetto ai 27 Paesi Ue. Lo dice l'ultimo rapporto della Commissione europea sul Regional Competitiveness Index, la misura utilizzata per studiare i livelli di attrattività e sostenibilità, per aziende e residenti, delle regioni europee.

L'indice viene elaborato sulla base di 68 indicatori. Questi sono relativi al grado di efficienza, d'innovazione e ad altre circostanze interne alle regioni europee (come possono essere i livelli d'istruzione, sanitari o riguardanti la stabilità macroeconomica). L'indice va comparato alla media europea, impostata a quota 100. Questo numero funge da spartiacque tra ciò che è competitivo (superiore a 100) e ciò che, invece, non lo è (inferire a 100).

Il nostro Paese, nel 2022, ha raggiunto la quota di 84,1. Un risultato che, come detto in precedenza, ci porta al ventunesimo posto nella classifica per attrattività e sostenibilità (dopo Cipro e prima dell'Ungheria). Come eravamo posizionati negli anni precedenti? Nel 2019 eravamo al diciottesimo posto, tra Spagna e Lettonia. La volta prima (2016) al diciassettesimo. È dunque evidente una lenta regressione.

Guardando la mappa, inoltre, si può notare che solo la Lombardia superi la soglia minima di 100 impostata dalla Commissione (quantificando un 103,3, quindi solo di poco al di sopra dell'asticella). Per il resto delle regioni italiane, la penisola appare ancora una volta spaccata tra Nord e Sud. Nel mezzogiorno la peggiore è la Calabria. Con il suo 58,9 compare tra le ultimissime posizioni a livello europeo (classificandosi duecentoventunesima su 234 regioni totali).

Le regioni più competitive, invece, sono tutte appartenenti al Centro-nord Europa. Primo e secondo posto per due olandesi (rispettivamente, Utrecht e Zuid-Holland, e cioè la zona dove si trovano Rotterdam e Den Haag). Al gradino più basso del podio troviamo una francese, Ile-de-France (la regione di Parigi).

L'auspicio è che per la prossima tornata di dati la Commissioni certifichi un cambio di rotta per il nostro Paese, contrastando la linearità con cui regrediamo nella classifica. Magari con gli effetti del PNRR, sperando che venga adottato per misure strutturali, che abbia il giusto riverbero a livello competitivo.



FONTE / www.infodata.ilsole24ore.com

Ita Airways, intesa con Adr e Trenitalia: arrivano i biglietti "treno + aereo"

Ita Airways fa squadra con **Aeroporti di Roma** e **Trenitalia** per la **mobilità integrata e sostenibile**. Le tre società hanno sviluppato un **nuovo prodotto 'treno+aereo'**, che consentirà ai viaggiatori di acquistare un **unico biglietto** per raggiungere con l'Alta velocità lo scalo romano e da lì imbarcarsi su un volo del vettore.

Check-in in stazione

Grazie alla tecnologia **Accessrail**, sarà così possibile prenotare le tratte aeree e ferroviarie in un'unica soluzione e raggiungere da qualsiasi città con Trenitalia lo scalo di Fiumicino. Qui sarà possibile salire a bordo di Ita effettuando il **check-in direttamente nella stazione ferroviaria dell'aeroporto**, presso i banchi dedicati.

I banchi check-in accoglieranno sia i passeggeri Ita che raggiungeranno la stazione a bordo del **Frecciarossa**, sia chi abbia viaggiato con il **Leonardo Express**, in congiunzione con un treno Alta Velocità fino a Roma Termini.



FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



PAIDEIA s.r.l.s.

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

P.iva / C.F. 02657620031

E-mail paideiasrls21@gmail.com

Amministratore Unico: Maria Paola Mathieu

Cell: 335 5970784

Sportello Consulenza Energia

Servizio rivolto a Cittadini ed Imprese del territorio

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

- Consulenza per contrattualizzazione ed efficientamento energetico
- Verifica documentale

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

Per interventi e contratti di fornitura successivi alla verifica:

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

Settori di competenza:

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

INENERGY

GAS&POWER

L'energia sostenibile del tuo territorio

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

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

www.in-energy.it

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

ENERGIA

**100%
GREEN**

PRODOTTA DALLE CENTRALI
IDROELETTRICHE DELL' OSSOLA

info@in-energy.it

Numero Verde

800.188.569





FEDERALBERGHI PROVINCIA
SONDRIO

L' Ospitalità al Vs. servizio!

WiFi per Hotel

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



Oscar
Turn WiFi into Business

CONNESSIONE WIFI E STRUMENTI DI MARKETING PER HOTEL E HOSPITALITY

Un sistema integrato per rendere semplice e performante la connessione per i tuoi ospiti e offrirti una vasta gamma di strumenti per fare marketing avanzato.

- 1 - SMART WIFI
- 2 - CUSTOMER SATISFACTION
- 3 - REVENUE AUTOMATION

www.sgpcreativa.it

1



NON SOLO WIFI

Dimentica scontrini, scratch card ed SMS! Il tuo cliente potrà accedere alla rete dell'hotel in maniera semplice, utilizzando i propri account social oppure registrandosi con la propria email permettendoti di acquisire anagrafiche profilate.

- LOGIN DA SOCIAL
- EVENTI GEOLOCALIZZATI
- RECENSIONI VERIFICATE

COCCOLA I TUOI OSPITI

Un cliente soddisfatto è la miglior pubblicità per la tua struttura. Migliora la brand reputation e il dialogo con gli ospiti: equivale a maggiori vendite!

- MESSAGGI DI BENVENUTO
- SEGNALAZIONE DISSERVIZI
- VERIFICA IL GRADIMENTO
- FOLLOWUP

2



3

COMUNICA CON WHATSAPP

Automatizza l'invio di messaggi agli ospiti in base alla loro permanenza in struttura, per fare in modo che il cliente scelga di fare quello che suggerisci.

- BUONGIORNO
- PROMO/EVENTI
- PREMI FEDELTA'



@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



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



TV Professionali multimediali a norma GDPR

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

PHILIPS

CHROMECAST PROFESSIONALE A NORMA GDPR



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

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

UTILIZZO IMMEDIATO

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

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

NETFLIX

Google Play

Chromecast built-in

Extended Lifetime

Analytics on-board

UI customization

Guest surveys

A PROVA DI FUTURO

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

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



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

www.sgpreativa.it

TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Quesito: Se ad un mio cliente viene rubata l'auto posteggiata nel mio hotel, quale responsabilità ricade su di me?



• Risposta:

Responsabilità dell'albergatore - Furto del veicolo di un cliente

Con la sentenza n. 6048 del 12.3.2010, la Corte di Cassazione si è pronunciata in materia di responsabilità dell'albergatore per il furto di un veicolo di un cliente, confermando i precedenti orientamenti giurisprudenziali. Come è noto, gli articoli 1783 e seguenti del codice civile assoggettano gli albergatori a responsabilità per ogni deterioramento, distruzione o sottrazione delle cose portate dai clienti in albergo. Secondo il codice civile, però, tale responsabilità, che può essere a seconda dei casi illimitata o limitata, non si estende ai veicoli dei clienti né alle cose lasciate negli stessi (art. 1785 quinquies cc). La giurisprudenza ritiene però l'albergatore responsabile anche per il danneggiamento o il furto di un veicolo di un cliente, senza i limiti previsti dagli articoli 1785 e seguenti del codice civile, se ha accettato di custodirlo. In tal caso l'albergo risponde in base alle norme generali sul deposito (articoli 1766 e seguenti del codice civile), qualora sia accertato che l'albergatore ha concluso con il cliente un "contratto di posteggio", con assunzione dell'obbligo di custodia del veicolo. In mancanza di contratto scritto, occorre volta per volta verificare se vi sia stato un comportamento concludente che faccia ritenere che le parti abbiano inteso stipulare un contratto di posteggio. La giurisprudenza ha finora ritenuto che per instaurare un contratto di posteggio non sia sufficiente parcheggiare l'autovettura nel garage dell'albergo e conferire l'incarico di custodirla, ma sia necessaria la consegna delle chiavi. Il contratto di deposito ha infatti carattere reale e presuppone, oltre all'accordo fra le parti, l'effettiva consegna della cosa. Nella sentenza sopra citata la Corte di Cassazione ribadisce tale principio, affermando che il cliente che consegna le chiavi di un autoveicolo al vetturiere dell'albergo dove alloggia "perfeziona un ordinario contratto di deposito, dal quale scaturiscono le relative obbligazioni a carico delle parti del rapporto, ed al quale non si applica la disciplina del deposito alberghiero, per effetto dell'esclusione dei veicoli di cui all'art. 1785-quinquies cod. civ.". Nella fattispecie, il cliente aveva consegnato al vetturiere dell'albergo le chiavi del proprio autoveicolo. Il vetturiere, dopo aver posteggiato l'autoveicolo fuori dell'albergo, aveva consegnato le chiavi al portiere, che le aveva riposte nella casella della camera assegnata al cliente. Durante la notte uno sconosciuto aveva sottratto le chiavi dalla casella in cui erano riposte e sottratto l'autoveicolo.

Secondo la Corte di Cassazione, nel caso in esame è stato concluso fra le parti un ordinario contratto di deposito disciplinato dagli articoli 1766 e seguenti del codice civile, che si perfeziona con la consegna della cosa, e che non necessita di un previo scambio dei consensi, potendo lo stesso ritenersi integrato dalla "traditio".

Con la consegna delle chiavi al vetturiere dell'albergo il contratto di deposito si è perfezionato nei suoi elementi costitutivi,- posto che, proprio attraverso tale consegna, è intervenuta la "traditio", alla quale consegue l'obbligo di custodia e quindi di restituzione.

Secondo la Cassazione, "deve, pertanto, desumersi l'evidente finalità di custodia conseguente alla consegna di chiavi ed autovettura, specie tenendo conto che le chiavi rimasero nella sfera di diretto controllo e disponibilità dell'albergatore fino al momento del loro furto".



Finanza Agevolata

Incentivi per la trasformazione tecnologica e digitale delle imprese

Con **Finanza Agevolata** si intendono tutti gli strumenti finanziari che sono impiegati dal legislatore per favorire la concorrenza e la competitività tra le imprese che sono già in attività. Tuttavia, tali benefici sono volti anche al supporto della nascita di nuove realtà imprenditoriali.

Nello specifico la Finanza Agevolata mira a sostenere tutte le imprese dando loro la possibilità di reperire risorse finanziarie.

Tra i molteplici strumenti previsti dalla Finanza Agevolata, troviamo la **Formazione 4.0**.



Chi può presentare la domanda?

- Le imprese alberghiere;
- Le imprese che esercitano attività agrituristica;
- Le imprese che gestiscono strutture ricettive all'aria aperta, nonché le imprese del comparto turistico, ricreativo, fieristico e congressuale. Sono compresi anche gli stabilimenti balneari, i compressi termali, i porti turistici, i parchi tematici, i parchi acquatici e faunistici.

CREDITO D'IMPOSTA FORMAZIONE 4.0.

Il **Credito d'imposta Formazione 4.0**, erogato dal MISE, è una misura fiscale volta a sostenere le imprese nelle spese per la **formazione del personale**. Introdotto nel 2017, il beneficio è stato prorogato con il Decreto Aiuti fino al **31 Dicembre 2023**.

Possono beneficiare di tale agevolazione tutte le imprese, eccetto le organizzazioni in stato di liquidazione, di fallimento e quelle destinatarie di sanzioni interdittive.

Il credito d'imposta è necessario indicarlo nella **dichiarazione dei redditi** del periodo d'imposta in cui sono state sostenute le spese.

Le spese ammissibili sono quelle relative a:

- Docenti formatori;
- Spese di viaggio e di alloggio, materiali utilizzati, forniture e ammortamento attrezzature;
- Consulenze per il progetto di formazione;
- Spese amministrative e di locazione.



CONTATTACI PER MAGGIORI INFORMAZIONI, SEGUIREMO TE E LA TUA IMPRESA PER TUTTO IL PROGETTO.

G&L Group S.r.l.

Corso Vigevano, 46 - Torino
segreteria@glgroupitaly.it
011 1988 7423 - 340 365 2459
www.glgroupitaly.it



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

Il tuo albergo e i tuoi ospiti sono protetti dai fulmini?

Scopriilo con noi e ottieni il tuo vantaggio.

teamwork-eu.it



La Valutazione del Rischio di fulminazione è **obbligatoria per legge**, anche per gli alberghi.
Come associato Federalberghi, **ottieni uno sconto del 15%**
sulla realizzazione del Documento di Valutazione del Rischio di fulminazione.

Energica Sistemi di difesa dai fulmini • Armonica Sistemi di difesa dalle sovratensioni • Evo 4.0 Controllo remoto

EUTHALIA
Difesa attiva da fulmini e sovratensioni

Viale dell'Unione europea, 20
21013 Gallarate (Va)
Tel. 0332 280041 - Fax 0332 242113

info@euthalia.com
www.euthalia.com
Fb euthaliasistemidiprotezione

Tecnologia e sostenibilità unite nella corsa verso emissioni zero

Già oggi il clean tech muove tra i 2.500 e i 3mila miliardi di euro a livello globale ma per l'Europa pesa il nodo materie prime. Produzioni i scala e incentivi dovrebbero favorire la crescita e l'espansione delle filiere

Strada obbligata, leva per la competitività e fattore geopolitico. Se il percorso verso la neutralità climatica entro il 2050 a livello globale è stato tracciato, almeno sulla carta, le tecnologie pulite (o clean tech) per compiere questo salto diventano sempre più strategiche e con esse gli incentivi per promuoverli. Un'esigenza resa ancora più urgente dal rialzo dei prezzi dell'energia.

Ne è ben consapevole la società di consulenza Gartner che ha inserito la tecnologia sostenibile tra le principali tendenze del 2023. L'87% del campione di Ceo intervistati si attende un aumento degli investimenti in questa direzione nei prossimi due anni. Per poter centrare gli obiettivi Esg dell'Agenda Onu 2030 la tecnologia deve abbracciare la sostenibilità.

«Definire il perimetro del clean tech non è semplice», puntualizza Davide Chiaroni, vicedirettore e cofondatore di Energy & Strategy della School of Management del Politecnico di Milano. Nell'interpretazione più estensiva comprendono le tecnologie per l'energia pulita (rinnovabili, idrogeno verde, cattura e stoccaggio di anidride carbonica), combustibili alternativi, tecnologie per l'efficientamento energetico degli edifici, e la mobilità sostenibile (veicoli a basse emissioni, sistemi di ricarica), fino all'illuminazione e al trattamento delle acque. Un microcosmo, aggiunge Chiaroni, «che nel 2022 secondo le nostre stime ha catalizzato circa 40 miliardi di euro di investimenti in Italia, anche sulla spinta del superbonus per la parte di efficientamento energetico degli edifici, tra i 450 e i 600 nella Ue e tra i 2.500 e i 3mila miliardi a livello mondiale».

Secondo l'Iea (l'Autorità internazionale dell'energia) circa la metà della riduzione delle emissioni arriverà proprio da tecnologie che non sono ancora disponibili in commercio. «Una nuova era industriale – si legge in uno degli ultimi report - che creerà nuovi mercati e milioni di posti di lavoro, ma anche rischi crescenti spingendo i vari Paesi a escogitare strategie industriali per assicurarsi un posto di rilievo nell'economia energetica globale».

Sullo scacchiere mondiale del clean tech la Cina corre, gli Usa inseguono e la Ue vuole recuperare terreno ma deve fare i conti con il nodo materie prime. Per le terre rare, vitali per la produzione di tecnologie chiave per l'energia eolica e le batterie, ad esempio, i Ventisette sono dipendenti al 98% da Pechino. Questo ha spinto verso l'alto i prezzi e sta minacciando la competitività europea. Al momento la maggior parte di queste tecnologie risultano ancora di gran lunga più costose rispetto alle loro alternative fossili, come dimostra il recente studio a cura del World Economic Forum e Bcg "Winning in Green Markets: Scaling Products for a Net Zero World". L'ammoniaca blu, ad esempio, costa tra il 40 e il 250% in più, mentre la plastica riciclata o il cemento prodotto con la cattura e lo stoccaggio di anidride carbonica hanno un sovrapprezzo tra il 50 e il 110 per cento. «Le tecnologie green che a livello globale avranno più possibilità di espandersi e sostituire le alternative comuni più inquinanti, come già avvenuto con le batterie nell'autotrazione e con pannelli solari ed eolico nella generazione di energia elettrica – dice Federico Colombara, Partner & Associate Director, Climate & Sustainability di Bcg- sono l'idrogeno verde, il biometano e la cattura di carbonio in tutte le sue forme, relativa cioè sia alle emissioni di processo e di combustione, sia alla cattura della CO2 atmosferica. Insieme a rinnovabili e biometano, l'idrogeno verde e la carbon capture portate su ampia scala potranno supportare il percorso di sostenibilità di molte filiere industriali, come quella del cemento, dei metalli, della chimica e dei fertilizzanti».

Ma soprattutto, idrogeno verde e CO2 (anche in forma di gas di sintesi, derivato cioè dalla gassificazione dei rifiuti), spiega Colombara, «sono potenziali punti di partenza per numerose nuove tecnologie che con una scala e un'adeguata progettualità si potranno affermare come soluzioni efficienti e sostenibili: in primo luogo carburanti e sostanze chimiche sintetici come e-metanolo o Saf, rispettivamente per il trasporto marittimo o aereo».

Intanto dal Canada al Regno Unito passando per l'India anche i Governi si muovono per accelerare la transizione verso queste tecnologie. Il pacchetto più corposo arriva dagli Usa con l'Inflation Reduction Act (Ira) da 369 miliardi di dollari dello scorso agosto che modifica alcuni crediti di imposta e ne crea di nuovi in un'orizzonte fino al 2032. La controffensiva di Bruxelles si chiama Green Deal Industrial Plan: annunciato dalla Commissione Ue il 1° febbraio, punta a trasformare il Vecchio Continente nella patria delle tecnologie pulite. Un pacchetto molto articolato costituito da un mix tra un allentamento delle regole sugli aiuti di Stato e azioni per sviluppare una catena di fornitura europea delle materie prime critiche entro il 2030. Nel medio termine l'obiettivo è arrivare a un Fondo sovrano europeo.

«Queste tecnologie saranno cruciali nei prossimi anni – afferma Milan Elkerbout, head of climate policy al think tank Ceps - ma la Ue deve accompagnare la transizione attirando maggiori investimenti per consentirne lo sviluppo e non restare indietro rispetto a Usa e Cina. Il Green Deal Industrial Plan va nella giusta direzione, ma Bruxelles deve imparare da Washington a prevedere un sostegno mirato, semplificato e trasparente per poter davvero dare una spinta significativa». Secondo Elkerbout, «occorre trovare un giusto equilibrio preservando il mercato interno senza distorsioni tra Paesi». Il Fondo Ue per l'innovazione, principale strumento di finanziamento di queste iniziative (si veda a pagina 6), deve essere reso meno complesso, soprattutto nei criteri di accesso».



FONTE / www.ilsole24ore.com

Ecco perché l'Italia sarà invasa dai turisti stranieri

Istat le indica come "presenze dei clienti negli esercizi ricettivi italiani": 437 milioni nel 2019 (record storico), crollate a 289 milioni nel 2021, risalite impetuosamente a 403 milioni nel 2022, stimate in oltre 440 milioni quest'anno. **Il 2023 sarà quindi il nuovo anno record del turismo in Italia**: lo certifica l'Istituto Centrale di Statistica in audizione presso la Commissione Turismo della Camera dei Deputati, il 10 maggio 2023. Numeri, veri e pesanti, quindi. Non parole, anche se ovviamente c'è [chi se ne prende il merito](#).

In più, se il turismo inbound ("la clientela residente all'estero", come la indica Istat, che poi sarebbe il nostro incoming) era sceso al 48,6% nel 2022, rispetto al 51,4% degli italiani, **nel 2023 gli stranieri torneranno essere più numerosi degli italiani**. Come nel 2019, quando ci fu il sorpasso: 50,5% contro il 49,5% domestico. Ancora, Istat certifica che l'Italia si colloca al secondo posto tra i paesi dell'Ue, seconda solo alla Spagna, per numero di presenze straniere. E infine **solo la Spagna riceve più stranieri di noi, in percentuale**, mentre Francia e Germania arrancano molto dietro.

Annoiati da questo pistolotto statistico? Mal ve ne incolse, perché se ne traggono due conclusioni. **Il Bel Paese sarà letteralmente invaso da torme di turisti stranieri**, questo e negli anni a venire. Secondo, col risibile budget da 9 milioni di euro (4 per il web, profilo Instagram [venereitalia23](#) e [www.italia.it](#); 5 per la promozione in aeroporti e stazioni nel mondo) **l'impatto che la Venere influencer avrà sui numeri di cui sopra è semplicemente basso**. Riporto cinque delle innumerevoli ragioni per le quali l'Italia sarà invasa dagli stranieri (e se lo merita):

1. L'Italia è in cima alla lista dei desideri di 8 miliardi di terrestri. La campagna della Venere sarà declinata in Usa, Centro e Sud America, Cina e India, Sud-Est Asiatico e Australia, ovvero nelle aree che alimentano maggiormente il nostro incoming. Stanno lì coloro che non vedono l'ora di tornare a viaggiare in Europa, e quindi in Italia. [Cinesi in primis](#), ma vale per tutti. Overtourism: quello è il problema.

2. Siamo uno dei Paesi più sicuri al mondo. Istat e Censis lo certificano da anni, a dispetto di media e social (che alimentano la sensazione opposta). Tutti i reati contro la persona sono in calo; a parte i dintorni delle stazioni ferroviarie (purtroppo) i centri storici di Firenze e Roma, Venezia e Milano sono frequentabili senza particolare apprensione. Se poi vai in giro con un Rolex da 20.000 euro e te lo strappano a forza, peggio per te.

3. Abbiamo imparato a gestire gli eventi epocali. Ne cito solo due, entrambi a Roma. A settembre la più importante manifestazione golfistica al mondo, la Ryder Cup, accoglierà 300mila spettatori, con una media di circa 50mila ingressi quotidiani al Marco Simone Golf Club. Il golf ha l'indotto più alto spendente di tutti gli sport non professionistici. La Santa Sede ha appena presentato il Giubileo 2025, con l'inno ufficiale e il sito dedicato [www.iubilaeum2025.va](#): attesi 32 milioni di pellegrini. Inevitabili sprechi e polemiche, ma Roma sarà per un anno il centro del mondo, per un miliardo e 400 milioni di cattolici. Infine, Roma si candida a Expo Universale 2030: la lezione di Expo 2015, **che ha rivoluzionato Milano, è servita.**

4. Viaggiare e dormire, mangiare e bere costa poco. Un Roma-Milano, con Italo, si trova a € 19,90, se acquistato con un mese di anticipo. Un Londra Edimburgo in treno, sempre un mese prima, stessa distanza, parte da 85 sterline. Da noi il caffè al bar costa ancora € 1 (magari in centro € 1,20). Da Starbucks - anche a Milano, non a Seattle - un double costa € 2,80. La schiacciata ripiena ("Bada come la fuma!" della star dei social Tommy Mazzanti) all'Antico Vinaio di Milano costa 7 euro (15 a New York, stesso brand stessi ingredienti). Sempre a New York, il pastrami sandwich da Kat's Delicatessen (recensito dall'influencer da un milione di follower Nicolò Balini) costa 22 dollari. Roma e Firenze hanno più attrattive di Londra e Hong Kong, e costano la metà.

5. Accogliamo gli ospiti con calore e simpatia. In generale, e salvo rare eccezioni. Avete mai provato a prendere un taxi a Manhattan?

DDL Semplificazioni - Novità anche per il Turismo

Tocca anche il **Turismo** il **Ddl Semplificazioni**. Il disegno di legge approvato a maggio in **Consiglio dei ministri** è intervenuto **in materia di licenze**, per quanto concerne il **settore alberghiero**, e ha **disposto lo snellimento di alcune procedure burocratiche**.

Per quanto riguarda le **strutture ricettive**, il pacchetto normativo prevede "che l'autorizzazione all'esercizio dell'attività ricettiva possa comprendere, se richieste e se consentito dalle norme locali, **anche le licenze per la somministrazione di alimenti e bevande, per le attività legate al benessere della persona e per l'attività di organizzazione congressuale**, con validità anche per le persone non alloggiate nella struttura".

Novità sono disposte poi per la trasmissione dei dati statistici e il rinnovo delle licenze termali. Nel dettaglio, sono previste "**la semplificazione degli adempimenti di trasmissione dei dati statistici rilevanti** attraverso la previsione di un'unica comunicazione informatica in funzione di un miglior coordinamento informativo statistico e informatico dei dati e, d'intesa con le Regioni, **lo snellimento delle procedure di accertamento della persistenza delle condizioni per il rinnovo dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività termale**, prevedendo che sia subordinato soltanto a un'autocertificazione rilasciata, di volta in volta, dal legale rappresentante dell'impresa, fatti salvi i poteri di controllo dell'autorità amministrativa competente".



Dalla “destagionalizzazione” al “fare sistema”. Tutti i luoghi comuni sul turismo.

Anno del Signore 2023 e ancora dobbiamo sentir parlare di temi vuoti e fin troppo ricorrenti nel corso degli anni. Utili soltanto a parlare, parlare per non parlare di niente. Vediamo i più comuni.

Ormai è ufficiale. Quando non si vuole parlare di niente in ambito turistico, si parla per luoghi comuni. Luoghi comuni che tutti gli addetti ai lavori ormai conoscono a memoria. E verso i quali in molti, giustamente, dimostrano sempre più diffidenza.

All'inizio fu il **turismo esperienziale** o *delle esperienze*. Poi arrivò l'imperativo **Be Local**. Poi, ancora, **Live Like a Local**. Sono dieci anni che ne sento parlare in tutte le salse. Se fossimo veloci ad apportare cambiamenti al settore turistico come siamo veloci a sposare nuove definizioni, forse non avremmo i problemi che abbiamo. Tant'è, ora da qualche mese va tanto di moda parlare di **Neverending Tourism**.

No, l'**ansiosa espressione** non sta a significare che la signora Pina della [Pensione Mariuccia](#) verrà a casa vostra a rifarvi il letto. Né che la massaia del ristorante verrà a preparare i cappelletti nella vostra cucina. Per **Neverending Tourism** si intende *l'estensione dell'esperienza turistica, sia fisica che digitale. Una nuova [???] offerta turistica fatta di contenuti online o di prodotti del territorio può quindi essere prodotta e distribuita tramite canali digitali sia da destinazioni che da singoli operatori per anticipare nel pre-viaggio e proseguire nel post la relazione con il cliente, generando ulteriori fonti di ricavi.*

Insomma, l'ennesimo concetto [sacrosanto, per carità] ma fritto e rifritto che **viene fatto passare per novità**. Ma perché? Perché abbiamo bisogno di ridefinire in nome del Covid strategie di marketing che avremmo potuto mettere tranquillamente in pratica da almeno un lustro? Avevo già parlato di [come la crisi non abbia fatto altro che accelerare certe tendenze](#), ma qui siamo al paradosso. Inventare una nuova definizione e gridare alla novità, alla nuova opportunità per riprendersi dalla crisi rasenta l'assurdo. E siccome [le parole sono importanti](#), è anche un po' pericoloso.

Oggi mi devo trovare a leggere di proclami su **destagionalizzazione, sistema, rinnovata capacità di collaborazione tra gli operatori del settore e digitalizzazione del journey**. E devo leggere gli ultimi dati dell'**Osservatorio innovazione digitale nel turismo** della school of management del Politecnico di Milano secondo cui nel corso del 2021 il 40% degli utenti web avrebbe aumentato il tempo dedicato al video entertainment (**ma va'?**). E cosa si fa? Si invitano le strutture ricettive a **offrire ai propri clienti l'acquisto di prodotti enogastronomici o di artigianato tramite e-commerce**.

Io credo che i cosiddetti esperti di turismo abbiano delle grandi responsabilità verso gli operatori del settore, e instillare nella loro mente l'idea che basti un e-commerce (perché di questo si sta parlando ovunque) per sviluppare questo tipo di turismo è inutile e dannoso.

Il **customer journey** dell'ospite ha iniziato a dilatarsi tanti anni fa, tant'è che si parla di esperienza pre-stay e post-stay. I [social media](#), che rappresentano un tassello molto importante di questa fase, esistono da tanti anni. Idem le [newsletter](#). Stessa cosa può dirsi di video e [virtual tour](#) per la promozione di strutture e territori.

Credete che i vostri ospiti non avrebbero apprezzato interazioni digitali pre-stay e valorizzazione dei prodotti locali anche [prima del Covid](#)? Per promuovere strutture e territori, per stabilire relazioni di valore con gli ospiti, per fidelizzarli e per far vivere loro delle esperienze **non basterà vendere la piada o la salama da sugo** attraverso [il sito dell'hotel](#). Come andrà a finire? Che qualcuno si improvviserà e poi smetterà immediatamente all'inizio della ripresa. Senza che il settore venga smosso di un millimetro.

L'esperienza territoriale – sempre più ricercata e apprezzata dai turisti – non è solo una degustazione o la visita a una cantina. È sinergia e amore per il proprio territorio. Voglia di farlo scoprire e comunicarlo agli ospiti **prima, durante e dopo il soggiorno**. Attitudine all'accoglienza e strategia promozionale.

Se non avete tutto questo, per farsi ricordare sarà meglio limitarsi al tradizionale **souvenir** o alla **conchiglia** da cui si sente il mare.



Come l'intelligenza artificiale sta cambiando il settore alberghiero: vantaggi e applicazioni nel breve periodo

Ci sono applicazioni dell'Intelligenza Artificiale che dovrebbero essere utilizzate da subito dai gestori di hotel e strutture ricettive. Il rischio è di rimanere indietro e perdere di competitività.

Cosa può fare l'Intelligenza Artificiale in hotel

L'intelligenza artificiale (IA) sta rapidamente diventando una delle tecnologie più importanti per il settore alberghiero. L'IA consente agli hotel di migliorare la comunicazione, generare testi e immagini per le proprie campagne online, migliorare la personalizzazione dell'esperienza degli ospiti, la previsione di flussi e tariffe, la gestione delle prenotazioni e la manutenzione degli edifici. In questo articolo esploreremo alcune delle principali applicazioni dell'IA in hotel e i possibili **vantaggi a breve termine**.

L'IA generativa (cioè capace di generare testi e conversazioni, come ChatGPT) applicata al settore turistico, è utile per diverse attività di comunicazione e marketing delle strutture ricettive. Ad esempio è possibile generare testi e descrizioni per il proprio sito web, per le pagine social e per le campagne a pagamento (ad esempio campagne Google Ads, Facebook Ads) in modo che siano **attraenti, originali, in target e attinenti al contesto**. Inoltre, è possibile integrare questo strumento in tutte le attività di comunicazione, come vedremo negli esempi illustrati nei paragrafi successivi, anche mediante "assistenti virtuali" (o chatbot) per veicolare **prenotazioni dirette**.

Tra le applicazioni di maggior interesse, l'IA può essere utilizzata per personalizzare l'esperienza degli ospiti. Ad esempio, un sistema di IA può analizzare i dati degli ospiti, come la loro cronologia di prenotazione e le preferenze, per fornire **consigli personalizzati** su cosa fare e vedere durante la loro permanenza. Inoltre, l'IA può essere utilizzata per fornire assistenza personalizzata ai propri clienti attraverso chatbot e assistenti virtuali, che possono rispondere alle domande degli ospiti e aiutarli a prenotare servizi come cene, massaggi e attività ricreative.

In secondo luogo, l'IA può essere utilizzata per migliorare la **gestione delle prenotazioni**. Ad esempio, gli algoritmi di apprendimento automatico possono essere utilizzati per **prevedere la domanda e adattare i prezzi in modo dinamico**. Inoltre, l'IA può essere utilizzata per automatizzare alcune procedure, come la prenotazione di servizi extra o il check-in.

Infine, l'IA può essere utilizzata per migliorare la **manutenzione degli edifici e risparmiare sulle utenze**. Ad esempio, i sensori connessi possono essere utilizzati per monitorare il consumo energetico e la sicurezza degli edifici, mentre gli algoritmi di apprendimento automatico possono essere utilizzati per identificare eventuali problemi prima che diventino critici. Inoltre, l'IA può essere utilizzata per ottimizzare la gestione delle camere, ad esempio, utilizzando algoritmi di apprendimento automatico per prevedere quando una camera sarà pronta per essere pulita o per assegnare automaticamente le camere agli ospiti in base alle loro preferenze.

Quali sono i rischi di restare indietro con L'IA in hotel

Come per tutte le tecnologie che portano ad un'**innovazione sostanziale**, oltre a nuove opportunità, ci sono i rischi dovuti al mancato utilizzo di tali strumenti, principalmente per il fatto che forniscono un vantaggio competitivo che non vogliamo lasciare alla concorrenza. In particolare, nei prossimi anni i rischi per un albergatore che non resta aggiornato sull'uso dell'IA per la gestione e il marketing alberghiero possono essere:

- Perdita di competitività: gli alberghi che non utilizzano l'IA potrebbero perdere competitività rispetto agli alberghi che utilizzano tecnologie avanzate per migliorare la loro offerta e la loro comunicazione con i clienti.
- Inefficienze nella gestione delle risorse: l'IA può aiutare gli alberghi a ottimizzare la gestione delle risorse come il personale, i servizi e le attrezzature, riducendo gli sprechi e aumentando l'efficienza.
- Difficoltà nell'analisi dei dati: l'IA può aiutare gli alberghi a raccogliere, analizzare e utilizzare i dati per migliorare la loro offerta e la loro comunicazione con i clienti. Gli alberghi che non utilizzano l'IA potrebbero avere difficoltà nell'analizzare i dati e quindi potrebbero perdere opportunità per migliorare la loro offerta.

- Difficoltà nell'interazione con i clienti: l'IA può aiutare gli alberghi a offrire un'esperienza personalizzata e a migliorare la comunicazione con i clienti, attraverso l'utilizzo di chatbot e assistenti virtuali. Gli hotel che in futuro non useranno l'IA potrebbero avere meno opportunità per fidelizzare i clienti e aumentare le prenotazioni.
- Incapacità di prevedere la domanda: l'IA può aiutare gli alberghi a prevedere la domanda e adattare la loro offerta di conseguenza, ad esempio adeguando i prezzi e la disponibilità delle camere. Le strutture che non utilizzano l'IA potrebbero avere meno opportunità per aumentare le prenotazioni e il profitto, rispetto ai concorrenti che usano tecniche avanzate per fare previsioni.
- Incapacità di rispondere rapidamente ai cambiamenti del mercato: l'IA può aiutare le attività turistiche a rispondere rapidamente ai cambiamenti, adattando la loro offerta di conseguenza.

Esempi di utilizzo: ChatGPT per hotel

ChatGPT è un modello di Intelligenza Artificiale che usa l'apprendimento profondo per **generare testo in modo autonomo**. È utilizzato per diverse applicazioni, tra cui la generazione di testo, la traduzione automatica e la risposta alle domande. Le applicazioni di queste capacità automatiche possono essere adottate in modo fruttuoso anche per hotel e attività turistiche. Come potrebbe un albergatore utilizzare ChatGPT per la propria attività? Ecco alcune **applicazioni in hotel e strutture ricettive**:

- **Generazione di contenuti:** ChatGPT può essere utilizzato per generare descrizioni di camere, recensioni degli ospiti, articoli per il blog e altri contenuti che possono essere utilizzati per il sito web dell'hotel o per i social media.
- **Gestione del servizio clienti:** ChatGPT può essere utilizzato per creare un chatbot o un assistente virtuale per rispondere alle domande degli ospiti e aiutarli a prenotare servizi come cene, massaggi e attività ricreative.
- **Supporto alla prenotazione:** ChatGPT può essere utilizzato per automatizzare il processo di prenotazione, ad esempio utilizzando il riconoscimento vocale o facciale per il controllo accessi o per effettuare il check-in.
- **Personalizzazione dell'esperienza degli ospiti:** ChatGPT può essere utilizzato per analizzare i dati degli ospiti, come la loro cronologia di prenotazione e le preferenze, per fornire consigli personalizzati su cosa fare e vedere durante la loro permanenza.
- **Analisi dei dati:** ChatGPT può essere utilizzato per analizzare i dati degli ospiti e delle prenotazioni per identificare le tendenze e le opportunità per migliorare la gestione dell'hotel.

Per fare un esempio pratico, vediamo di seguito come ChatGPT può essere utilizzato in diversi modi per supportare l'utilizzo dei **social media per hotel** in diverse categorie come città d'arte, mare, montagna, resort e hotel per affari. **Ecco alcuni esempi:**

1. Città d'arte: generazione automatica di post per Instagram/Facebook per promuovere le mostre d'arte o gli eventi culturali in città e pacchetti turistici per le famiglie;
2. Mare: generazione di descrizioni delle attività acquatiche disponibili (come lo snorkeling e il windsurf), dei ristoranti e dei bar sulla spiaggia, delle attività di pesca e delle crociere;
3. Montagna: generazione di descrizioni delle escursioni e delle attività disponibili nella zona (sentieri escursionistici, sci e attività invernali);
4. Resort: generazione di descrizioni dei trattamenti benessere e delle attività ricreative disponibili (come massaggi e yoga, attività per bambini e babysitter disponibili, golf e tennis);
5. Hotel per affari: generazione di post social (LinkedIn, Facebook, ecc.) per promuovere i servizi per le riunioni e gli eventi aziendali, offerte speciali per i viaggiatori d'affari.

Conclusioni

In conclusione, l'IA rappresenta un'opportunità significativa per il settore alberghiero, sia per la gestione interna che per il marketing. Gli alberghi che utilizzano l'IA possono godere di vantaggi quali l'ottimizzazione della gestione delle risorse, l'analisi dei dati, l'offerta di esperienze personalizzate e la prevedibilità della domanda. Strumenti come ChatGPT sono già disponibili e possono essere utilizzati per creare chatbot e assistenti virtuali, che aiutano gli alberghi a migliorare l'interazione con i clienti e aumentare le prenotazioni.



in collaborazione con



Il barometro del turismo

#Federalberghi

Indicatori di fiducia



Viaggiatore italiano

	2023	2022	2019
gennaio	63	61	65
febbraio	66	63	65
marzo	66	65	64

fonte: Confturismo-SWG

110,5

Imprese*
aprile 2023

da 110,1 di marzo 2023
fonte: Istat

131,0

**Imprese
del Turismo****
aprile 2023

da 123,2 di marzo 2023
fonte: Istat

105,5

Consumatori
aprile 2023

da 105,1 di marzo 2023
fonte: Istat



* Manifatturiere, di costruzione, dei servizi di mercato, del commercio al dettaglio
** Alberghi, esercizi complementari, ristoranti, agenzie di viaggio, tour operators



L' Ospitalità al Vs. servizio!

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

Portale web
www.federhotels.it

Si è costituita il 27 aprile 2011, dalla scissione dell'Associazione Interprovinciale, la neo **Federalberghi Provinciale del Verbano Cusio Ossola**, l'organizzazione rappresentativa delle imprese turistico-ricettive che operano sul territorio provinciale. Possono assumere la qualità di "Associato" le imprese alberghiere, qualunque sia il livello e la categoria a cui appartengono, nonché le imprese ricettive extralberghiere che, per attrezzature o strutture, 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

Su WhatsApp sarà possibile parlare con noi stessi

L'app targata Meta ha implementato una funzione per i suoi utenti che permette di creare auto-conversazioni: ma perché?

Perché mandarsi un messaggio? Bella domanda. Difficile rispondere, anche. Intanto, però, questa abitudine è piuttosto diffusa nel mondo. Tant'è che, ora, anche **WhatsApp** ha inserito la funzione per i suoi utenti. Anticipata da alcune settimane di test sulle versioni beta, la novità è comparsa nella versione 22.23.74 dell'app per iOS e nella versione 2.22.23.77 per Android.

Il cosiddetto *rollout* è cominciato e, piano piano, dovrebbe raggiungere l'intera popolazione di WhatsApp. Detto questo, ritorniamo alla domanda iniziale: è davvero utile mandare un messaggio al nostro numero? In realtà, a quanto pare, sì. L'opzione era sul tavolo da tempo, sponda Meta, mentre su app rivali è già presente. Nella quotidianità e nella pratica, di fatto, è una possibilità che – scommettiamo – verrà usata su larga scala anche tramite WhatsApp.

A parlare della nuova funzionalità sono stati, via social, gli stessi utenti che hanno testato la novità. Postando *screenshot* e parlandone. Nel concreto, in cima ai contatti è (sarà) presente anche il nostro, con la dicitura «You/Tu». Cliccando, beh, si avvia quella che potremmo definire auto-conversazione. E gli utilizzi, lo sapete meglio di noi, possono essere molteplici: dalla possibilità di inviarsi link di pagine che notiamo navigando a quella di salvare note, appunti, numeri di telefono, frasi o citazioni, passando per l'invio di foto, video o altri documenti da aprire eventualmente in multi-dispositivo su computer.

Non solo, è anche possibile mettere un pin all'auto-conversazione – diciamo una spilletta – così da tenerla sempre in vetta all'elenco o, ancora, creare una scorciatoia dalla home per richiamare subito la schermata. Insomma, non resta che aspettare l'arrivo dell'aggiornamento. E, poi, parlare (finalmente) anche con noi stessi su WhatsApp.

FONTE / www.cdt.ch