



FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



Omegna

SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
NEXI - CONVENZIONE FEDERALBERGHI	PAG. 3
SERVIZI ANCELLARI IN HOTEL	PAG. 6 e 7
I GIOVANI E I RISPARMI	PAG. 10
AMAZON, SFIDA AL TRAVEL	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
TRIBUNA APERTA	PAG. 16
QUANDO LA REPUTAZIONE SALVA IL FATTURATO	PAG. 20
TASSI DI INTERESSE ALLE STELLE	PAG. 21
IL FUTURO DEI VIAGGI D'AFFARI	PAG. 22
VIAGGI D'AFFARI, IL VOLUME AUMENTA	PAG. 23
IN ARRIVO PIATTAFORMA WEB PER RICERCA LAVORO	PAG. 24
GLI SPECIALISTI DEL FUTURO	PAG. 25
IL B&B IN CONDOMINIO	PAG. 26 e 27
QUANTO VALE IL GREEN	PAG. 28
BAROMETRO DEL TURISMO - 2. DO TRIM 2023	PAG. 29
APP & DINTORNI	PAG. 30

OVERVIEW

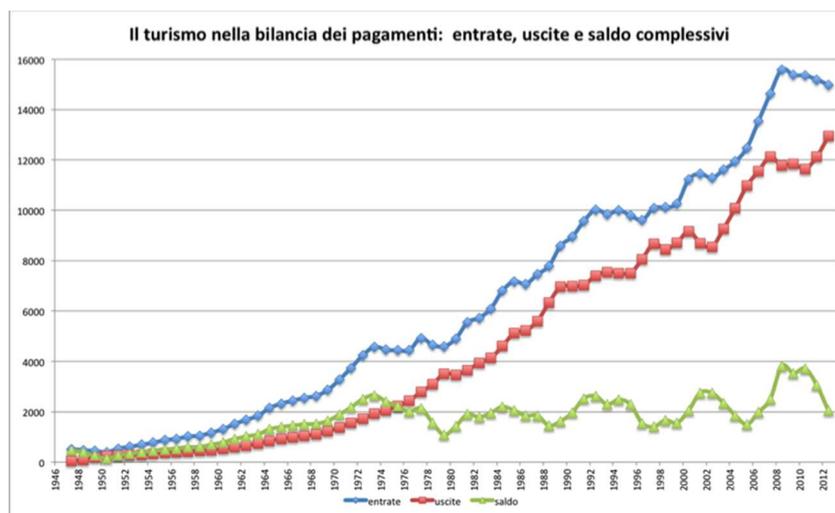
La forza del turismo: in attivo la bilancia dei pagamenti, i dati Bankitalia

Cresce la spesa dei viaggiatori stranieri in Italia, ma anche quella degli **italiani all'estero**. A maggio il **saldo della bilancia turistica** dei pagamenti in Italia è risultato in **surplus di 2,3 miliardi**, in lieve aumento sia rispetto al 2022, sia anche rispetto al 2019.

Questo quanto emerge da uno **studio di Bankitalia** dal titolo 'Statistiche sul turismo internazionale dell'Italia'. Sia la spesa degli stranieri nel nostro Paese, sia quella degli italiani all'estero sono risultate in aumento, la prima del **20** e la seconda del **25%** per cento rispetto al mese corrispondente dello scorso anno.

Un settore strategico per l'economia
Nel confronto con il periodo precedente a quello della pandemia, entrambi i flussi continuano a collocarsi su **livelli superiori al 2019**, rispettivamente del **12%** per quelli **in entrata** e del **20%** per quelli in uscita.

Per il ministro del Turismo Daniela Santanchè il dato emerso da Bankitalia evidenzia quanto il settore sia importante per l'economia nazionale.



SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO

FONTE / www.ttgitalia.com

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

CANONE ZERO

Prorogato fino al 31.12.2023

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

Allegato A



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo

PROMUOVIAMO LA SICUREZZA DELLE PERSONE IN ALBERGO

CONVENZIONE ASSOCIATI PER L'ACQUISTO DI UN DEFIBRILLATORE DAE



DEFIBRILLATORE DAE IREDEEM
just in time

PHILIPS

1 CHIAMA I SOCCORSI
Chiama la persona di servizio.
Se non riceve aiuto chiama il 118 o 112.

2 PRENDI IL DEFIBRILLATORE
Accendi e apri gli elettrodi sul torso
come viene indicato.

3 USA IL DEFIBRILLATORE
Segui le istruzioni vocali.
Se sei in dubbio, dopo esserti assicurato
che non avrai toccato il paziente,
premi il pulsante di scarica.

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

Servizi ancillari in hotel: l'offerta è su misura

Bike, family, pet friendly: come l'universo del ricettivo asseconda le richieste della clientela seguendo i trend, ma senza snaturare identità e caratteristiche originarie della struttura alberghiera

DI ALBERTO CASPANI

Tra opportunità e risorsa. Non esistendo ancora standard che ne misurino l'efficacia, ma rappresentando una tipologia d'offerta variabile a seconda delle caratteristiche del territorio, i servizi ancillari alberghieri appaiono e scompaiono in funzione della domanda di mercato. Uno sguardo complessivo su scala nazionale conferma la variabilità del concetto stesso di 'servizio ancillare', che trova ricorrenti riferimenti in agevolazioni per le giovani famiglie, o a favore di ospiti in viaggio con animali da compagnia, oppure orientati a una preponderante attività cicloturistica, anche se, non sempre, viene inteso propriamente come voce legata alla redditività ricettiva.

“Potendo contare su una forte impronta familiare nella gestione delle strutture alberghiere – rileva **Gianmaria Vincenzi, presidente Federalberghi Verbano-Cusio-Ossola** – e appoggiando contemporaneamente più percorsi di riconoscimento di Patrimoni dell'Umanità (isole Borromee, comunità Walser), i nostri albergatori sono indotti a sviluppare un'offerta adattabile a 360 gradi, proprio per rafforzare gli alti standard d'accoglienza richiesti dall'Unesco. Mettiamo a disposizione campi da golf in altura, mentre cerchiamo di diversificare l'offerta anche in coordinamento con altri bacini lacustri. Ragioniamo, perciò, sullo sviluppo di servizi ancillari integrati al territorio, come nel caso delle guide naturalistiche che accompagnano i clienti sulla fitta rete sentieristica e ciclabile, traendo benefici economici non sempre diretti, ma certamente più continuativi”.

“La scelta più accorta è verificare di stagione in stagione la risposta di mercato a nuovi servizi – spiega **Luciano**

Cecchini, presidente Federalberghi Pesaro-Urbino – e adattarsi senza seguire un modello rigido. Disponendo di un litorale omogeneo di quasi 20 km, abbiamo provato a lanciare a Fano le due spiagge dog-friendly 'Animalido dog beach' e 'Islamorada dog beach', rivelatesi subito un successo, perché capaci di mettere in contatto persone con la stessa passione, senza infastidire chi non ha un buon rapporto con i cani. Al momento

accordi in funzione del raggiungimento di certi numeri. Discorso analogo vale per l'indirizzamento verso altri due servizi molto richiesti sul territorio fanese, come la scuola di skydive 'Turbolenza' o il tiro al volo nell'impianto di Monteschiantello”.

“Per garantire la massima flessibilità dei servizi – sostiene **Giovanni Battaola, presidente Asat-Federalberghi Trentino** – abbiamo ideato l'app/card 'Mio Trentino', trasformando



soddisfano adeguatamente la domanda, anche perché sono affiancate da servizi di addestramento, pinete da passeggio e possibilità di dog-sitting, togliendo pressione sull'offerta interna degli alberghi. Il dialogo con le amministrazioni comunali e il territorio permette di alimentare un'offerta diffusa, anziché hotel-centrica, basandosi su una formula 'call & go': le famiglie, ad esempio, apprezzano molto l'idea di un pronto-intervento pediatrico, oppure di baby sitter a ore, che sono servizi garantibili attraverso cooperative esterne con le quali si prendono

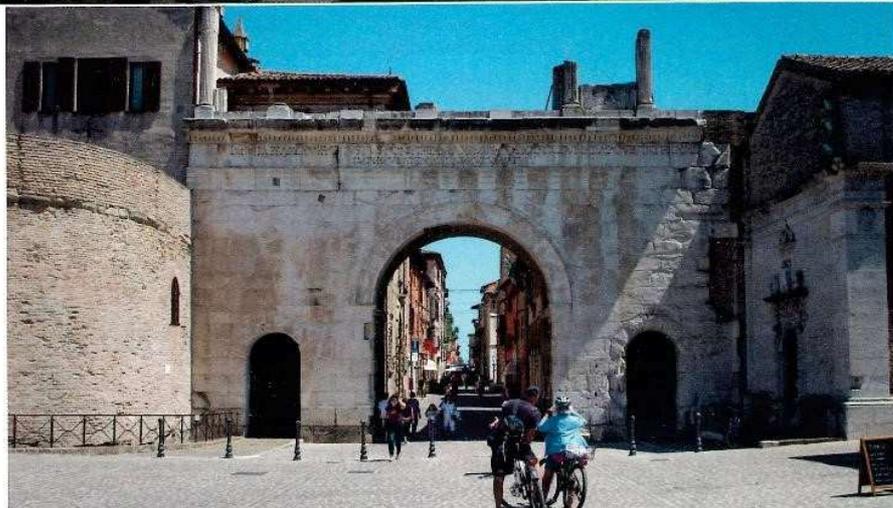




l'offerta ancillare in una sorta di marketplace a prenotazione, con regole e convenzioni ben precise, ma pubbliche. In questo modo i benefici economici finiscono per ricadere sui comprensori turistici: permettono una crescita omogenea ed equilibrata, ma educano anche l'ospite a usufruire di servizi in linea con le caratteristiche locali".

ALTERNATIVE

"Il cliente non arriva ancora ad anteporre la specificità delle proprie richieste alla bellezza o alla convenienza della struttura alberghiera che sceglie di prenotare – afferma **Francesco Caizzi, presidente Federalberghi Puglia** –, preferendo invece prendere accordi in una seconda fase, quando entra in contatto diretto con il gestore prima dell'arrivo in struttura. Specializzarsi in certi tipi di servizi può condizionare la selezione degli ospiti... c'è chi si informa, ad esempio, che "non" siano accolti cani in albergo, perché teme disturbo, rischi igienici o pericoli per i figli piccoli. A seconda della tipologia, i servizi ancillari possono incidere al massimo per un 3% del fatturato, ragion per cui sono pubblicizzati come opzione complementare rispetto all'offerta del territorio, più che dell'albergo in sé. Biciclette muscolari o e-bike ne sono un tipico esempio: appaiono tra i servizi oggi più richiesti e apprezzati, ma ogni hotel sceglie di avere un parco di proprietà solo se il proprio budget lo consente. Altrimenti promuove l'offerta di operatori esterni, talvolta convenzio-



nati, nell'ottica di rafforzare l'idea generale di attrattività del territorio".

"Per diverse realtà alberghiere del Nord-Ovest della Sardegna – spiega **Stefano Visconti, presidente Federalberghi Provincia di Sassari** – garantire supporto ai proprietari di animali da compagnia, ad esempio, potrebbe risultare addirittura un problema, dal momento che il parco immobili locale è spesso improntato a un concept edilizio degli anni '60/'70 del Novecento. Mancano gli spazi per adattare le camere o gli ambienti dell'hotel alle esigenze dei cosiddetti "pets", ragion per cui la scelta di fornire servizi suppletivi dipende dalla flessibilità e dall'inventiva del gestore, ma talvolta anche da una certa dose di improvvisazione: non l'approccio ideale per garantire la massima qualità. Il guadagno che se ne ottiene, in casi simili,



risulta residuale, ma soprattutto è quasi sempre frutto di accordi a scadenza con imprese esterne. Nella nostra area, comunque, i servizi ancillari più richiesti sono i massaggi o trattamenti benessere che coinvolgano sempre più la sfera psicologica dell'ospite, quindi corsi di coaching o mindfulness, ma disporre di una figura interna specializzata costerebbe troppo in funzione di un'impiego comunque saltuario. Preferiamo accordarci per royalty attorno al 20 o 30%".

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'adempimento documentario previsto 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

I giovani e i risparmi, la priorità sono e restano i viaggi

Viaggiare è tra le **priorità dei giovani**. Lo dimostra uno studio condotto da Hype, che ha indagato l'utilizzo che la fascia di utenti **tra i 18 e i 25 anni** fa della **funzione risparmi** inclusa nella propria app.

Specializzata nella **gestione digitale del denaro**, Hype ha sondato la **propensione al risparmio** dei giovanissimi che - stando ai dati divulgati - risulta **molto bassa**. Soltanto il **10%** degli utenti parte del cluster anagrafico in analisi **ha attivato** infatti la **funzione dedicata** e la maggior parte delle finalità per cui il salvadanaio viene riempito sono indirizzate al **soddisfacimento di bisogni del quotidiano** e non per progetti a lungo termine.

Tra gli obiettivi più indicati ci sono i **viaggi** (26% del totale), seguiti dall'acquisto di un'**automobile** (12%). Appena il **2%**, invece, pensa ad **accumulare un capitale** da investire nello **studio**, mentre quasi nessuno appare interessato a comprare casa.



Amazon, sfida al travel: il viaggio lo organizza l'IA

Quando si muove **AMAZON** tutti drizzano le antenne. E ancora di più se si prepara a debuttare in un nuovo settore. Per la verità è diverso tempo che il colosso dell'ecommerce cerca uno spiraglio per introdursi nel mondo del **travel**. Ora ritenta la via ricorrendo alle tecnologie più recenti, ovvero **l'intelligenza artificiale**.

A scoprire le carte sono stati i vertici di **Amazon Web Services** (ovvero la branca che non si occupa direttamente di vendite ma che offre un'ampia gamma di servizi It come cloud o infrastrutture per il calcolo, fino appunto all'intelligenza artificiale) durante una presentazione all'**Hitec** di Toronto.

Personalizzazione

Secondo Amazon, l'intelligenza artificiale ha il potenziale di trasformare il modo in cui le **travel company** personalizzano e organizzano i viaggi. E le conseguenze si potrebbero avvertire già dal prossimo anno.

A questo proposito, Amazon Web Services ha annunciato un progetto da 100 milioni di dollari proprio per velocizzare l'adozione dell'IA da parte del comparto turistico.

La creazione dei viaggi

Al momento il target principale è quello alberghiero, ma non è detto che l'esperienza non si espanda anche in altri settori. Le previsioni dicono che nel giro di un anno l'intelligenza artificiale sarà in grado di fornire **contenuti più pertinenti** per orientare le vendite. E i primi a muoversi su questo fronte sono le agenzie di viaggi online che, afferma Greg Land (global head of accommodation, lodging, cruise, etc.), stanno già contribuendo a sviluppare questo fronte.

Con questi strumenti, secondo i vertici Amazon, le travel company potranno aumentare la **fidelizzazione** dei clienti usando l'intelligenza artificiale per personalizzare gli itinerari di viaggio.

Ma non è ancora detta l'ultima parola: l'intelligenza artificiale per funzionare ha bisogno di un'enorme mole di dati organizzata in modo coerente. Ed è proprio questo a mancare attualmente. Ma Amazon non si dà per vinta e promette una piattaforma di acquisizione di dati per riuscire a creare un database il più affidabile possibile in grado di "educare" al meglio l'IA.

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
FEDERAZIONE BERGAMASCA

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

2 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

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:** Posso assumere in Apprendistato come CHEF uno studente della Scuola Alberghiera ?



Risposta:

L'Ispettorato nazionale del lavoro ha fornito chiarimenti sui requisiti per la stipula di un contratto di apprendistato di primo livello (articolo 43, decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81) con specifico riguardo alla possibilità per lo studente di età compresa tra i 16 ed i 17 anni di svolgere un apprendistato per attività stagionale in qualità di cuoco soltanto se proveniente da un istituto alberghiero.

L'apprendistato di primo livello, nel coniugare la formazione effettuata in azienda con l'istruzione e la formazione professionale svolta dalle istituzioni formative, mira al conseguimento della qualifica e del diploma professionale, del diploma di istruzione secondaria superiore e del certificato di specializzazione tecnica superiore.

Con la stipula del contratto in questione si instaura un percorso formativo duale, che si realizza in parte presso un'istituzione formativa che eroga la formazione esterna e in parte presso un'impresa che eroga la formazione interna, il cui elemento essenziale è la formazione.

Come previsto dall'articolo 6, comma 1, del decreto ministeriale 12 ottobre 2015, che definisce gli standard formativi e i criteri generali per la realizzazione dei percorsi di apprendistato: "l'istituzione formativa, d'intesa con il datore di lavoro, informa i giovani e, nel caso di minorenni, i titolari della responsabilità genitoriale, con modalità tali da garantire la consapevolezza della scelta, anche ai fini degli sbocchi occupazionali, attraverso iniziative di informazione e diffusione idonee ad assicurare la conoscenza: a) degli aspetti educativi, formativi e contrattuali del percorso di apprendistato e della coerenza tra le attività e il settore di interesse del datore di lavoro con la qualificazione da conseguire".

Vi deve essere, pertanto, una correlazione tra standard formativi e standard professionali (articolo 46, c. 3, decreto legislativo n. 81 del 2015) anche al fine di consentire all'istituzione formativa di provenienza dello studente di certificare le competenze acquisite dall'apprendista (articolo 46, c. 4).

Inoltre, per le regioni e le province autonome che abbiano definito un sistema di alternanza scuola lavoro il c. 8 dell'articolo 43 del decreto legislativo n. 81 rimette alla contrattazione collettiva la possibilità di prevedere l'utilizzo del contratto di apprendistato, anche a tempo determinato, per lo svolgimento di attività stagionali.

Ad avviso dell'Ispettorato, dal dato letterale della disposizione non si evince una preclusione per l'accesso al contratto di apprendistato stagionale derivante dall'iscrizione ad uno specifico percorso di istruzione; si fa riferimento, infatti, ai percorsi di istruzione o di IeFP, senza ulteriormente specificare la necessità o meno di una stretta correlazione tra l'attività lavorativa e il percorso di studi e formazione.

Secondo l'INL giova tuttavia evidenziare che nelle indicazioni fornite dal Ministero del lavoro riguardo all'articolo 43 del decreto legislativo n. 81 e al decreto 12 ottobre 2015, il datore di lavoro, nel corso del primo contatto con l'istituzione formativa, è chiamato a verificare l'effettiva fattibilità del contratto di apprendistato "attraverso l'accertamento della coerenza tra attività lavorative (figura contrattuale) e titolo di studio (es. qualifica/diploma)".

Pertanto, ferme restando gli ulteriori requisiti di legge, pur non derivando dalla delibera regionale la necessità di una stretta correlazione tra percorso di istruzione e attività lavorativa, ad avviso dell'Ispettorato nazionale del lavoro il datore di lavoro e l'istituzione formativa non possono prescindere dal valutare la sussistenza di tale correlazione, anche alla luce della certificazione finale che dovrà essere rilasciata dall'istituzione formativa di provenienza dello studente ai sensi dell'articolo 46, c. 4, del decreto legislativo n. 81 del 2015.



Nuovo servizio G&L Group:

SERVIZIO DI CONSULENZA FINANZIARIA/ASSICURATIVA PER L'IMPRENDITORE E L'IMPRESA

Grazie alla pluriennale esperienza di una nostra **risorsa interna** iscritta all'**Albo Unico dei Consulenti Finanziari**, siamo lieti di presentarvi un **servizio di assoluto valore** rivolto a tutte le aziende, aderenti alla Rete e non.

Siamo in grado di darvi la possibilità di **mettervi in contatto con un professionista** slegato da qualsiasi interesse che non sia il vostro, quello della vostra famiglia e della vostra azienda, capace di leggere qualunque prodotto abbiate e, come un medico, essere attento che sia correttamente **in linea con i vostri obiettivi**.

In cosa consiste il Servizio di Consulenza e come viene gestito:

Il Contratto di Consulenza Informativa e di Analisi assicurativo/finanziaria, ha la durata di 1 anno, e si rinnova tacitamente.

Mette a disposizione un Consulente Finanziario indipendente che vi seguirà, vincolato dal segreto professionale, dedicandosi nel fare:

- 1 Analisi completamente slegate da qualsiasi conflitto di interesse perché il datore di lavoro del nostro Consulente non sono né Banche e né Assicurazioni, ma il cliente stesso;
- 2 Analisi approfondite delle esigenze assicurativo/finanziario della vostra Impresa e protezione della famiglia dal rischio di impresa e tutela dei singoli membri;
- 3 Analisi accurata del contenuto e delle caratteristiche degli strumenti assicurativo/finanziari presenti nel vostro portafoglio come impresa e come famiglia;
- 4 Verifica della coerenza fra le esigenze manifestate al punto 2, ed i prodotti in portafoglio al punto 3;
- 5 Se necessario, identificare le variazioni da attuare, e cercarle presso la vostra Banca o Assicurazione;
- 6 Se necessario, ricercare sul mercato della protezione e degli investimenti, dei servizi in linea con le vostre esigenze;
 - Incontri pianificati trimestralmente per controllare se e come il mercato potrebbe avere agito sugli strumenti assicurativo/finanziari presenti nel vostro portafoglio e apportare le eventuali modifiche.

Novità!



G&L Group S.r.l.

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



Retalia ha deciso di **permettere a tutti** di accedere a questo servizio di analisi e consulenza, al costo di soli **50,00€/mese per le imprese retiste**, e comunque, al costo vantaggioso di **100,00€/mese per chi non è ancora aderente alla Rete**.

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



Quando la reputazione salva il fatturato

Customer service '5 stelle su 5' per conquistare il cliente. I consigli per offrire la migliore esperienza



Siamo in piena stagione estiva, e per alcune strutture ricettive questo significa altissimi tassi di occupazione, a conferma delle previsioni positive per quest'anno. Ma la domanda vera è, di questi ospiti che riempiono il tuo hotel, quanti sono soddisfatti, quanti parleranno bene della loro vacanza e quanti poi effettivamente saranno disposti a ritornare anche il prossimo anno? Dipende tutto dal customer service e dalla capacità di coltivare una reputazione... da 5 stelle!

Il giudizio finale che un ospite decide di dare alla fine della sua esperienza complessiva dipende da una serie di fattori: tra questi, uno degli elementi principali è proprio il customer service, ovvero la capacità di rispondere alle esigenze del cliente prima del suo arrivo, durante il suo soggiorno e a seguito del suo rientro a casa.

Ecco che, dunque, investire per migliorare tutte quelle operazioni e attivi-

tà legate alla gestione del cliente è la scelta più opportuna per qualsiasi attività che operi nel mondo dell'ospitalità, soprattutto oggi che la concorrenza è elevatissima e i viaggiatori sempre più esigenti quando si parla di vacanze e tempo libero, imprescindibilmente di qualità.

Il segreto è tutto qui. Se essere ospitali significa far sì che ogni ospite si senta il benvenuto e a proprio agio durante il suo soggiorno in struttura, essere bravi, menzionati e ricordati per il proprio customer service significa essere in grado di incontrare tutti i bisogni e risolvere qualsiasi tipo di problema che possa sorgere nel mentre, offrire assistenza e supporto per prevenire scontenti e reclami. In questo modo sarà possibile incrementare la soddisfazione dell'ospite, incentivare un passaparola positivo, e vedere aumentate le probabilità di registrare revenue più elevate e di trasformare l'ospite in un cliente pronto a tornare anno dopo anno.

AZIONI MIRATE PER INNALZARE IL SERVIZIO

Cosa fare dunque per migliorare il servizio? Innanzitutto, bisogna partire dalla comunicazione con l'ospite e curare ogni aspetto dell'interazione con lui: quella che parte online o telefonicamente, con richiesta di informazioni, disponibilità, prenotazioni; poi quella in loco, dove anche il tono di voce e il linguaggio del corpo fanno la loro parte. In questo senso è fondamentale formare il personale su temi come accoglienza, empatia, problem solving attraverso anche l'uso di manuali operativi e mansio-



Hotel Hub è la rubrica di **Turismo d'Italia** che tratta di "marketing e dintorni", a cura di **GIACOMO PINI**, oltre vent'anni d'esperienza di marketing del turismo e della ristorazione. Consulente di strutture ricettive, catene alberghiere e holding internazionali, ha fondato GP Studios (www.gpstudios.it, info@gpstudios.it) e insieme al suo staff cura start up, marketing strategico, formazione del personale e attività di lancio e posizionamento commerciale. È anche formatore per aziende, università e istituti professionali di alta formazione, nonché autore di *Il nuovo marketing del prodotto turistico* (Franco Angeli), *Il Marketing del Bed & Breakfast* (Agra Edizioni), *Il servizio d'eccellenza per gli operatori del fuori casa* (Seac Editore) e di audiovisivi per la formazione a distanza.

FONTE / **TURISMO D'ITALIA**

Tassi di interesse alle stelle: gli effetti sulle aziende del turismo

Non solo aumento dei mutui e dunque riduzione della capacità di spesa: il rialzo vorticoso dei **tassi di interesse** in Europa ha anche **altri effetti sul mondo del turismo** e in particolare sugli alberghi.

A tracciare un'analisi è preferente.com, secondo cui il problema principale è rappresentato dai **costi dei prestiti** richiesti per coprire il divario tra l'erogazione dei servizi e l'incasso delle somme.

Secondo quanto riportato dal portale di informazione trade spagnolo, ci sono imprese del comparto che attendono anche 60 giorni per incassare le somme. Ma in tutto questo tempo le imprese devono fare fronte alla spesa corrente. Il che le costringe a ricorrere al credito.

Le complicazioni post-Covid

In tutto questo gioca un ruolo fondamentale anche la recente storia legata al Covid. A causa degli anni di stop, il mondo del travel difficilmente può vantare una buona **'storia' creditizia**, il che porta automaticamente a complicare tutto ciò che riguarda l'ottenimento dei prestiti.

Insomma, una situazione che era stata gestibile in periodo di tassi al ribasso, con la rapidissima crescita degli ultimi mesi rischia di creare problemi non indifferenti al settore del travel.



Il futuro dei viaggi d'affari: il contatto umano sarà decisivo

Se quest'anno per il [business travel](#) si prevede il **superamento del 4%** della soglia pre-pandemica del 2019, la tendenza all'aumento del volume dei viaggi d'affari **sembra destinata a durare** lungamente nel tempo, sancendo non tanto la definitiva sconfitta degli incontri in digitale, quanto il superamento di questa modalità di riunione a favore di un **mix tra digitale e presenza**.

Un dato, comunque, è certo: l'importanza del contatto umano, soprattutto per chiudere **affari importanti** e stringere collaborazioni lavorative proficue, resterà **inalterata**.

Viaggi necessari

Anche le aziende per le quali la modalità full-remote è diventata una realtà consolidata, infatti, hanno scoperto la necessità di far viaggiare i propri lavoratori per **occasioni di formazione o meeting**.

“In base ai comportamenti degli utenti e delle aziende che si rivolgono a noi - analizza **Luca Carlucci**, ceo e co-founder di **BizAway** - ci sentiamo di affermare con sicurezza che il business travel non andrà a scomparire in favore degli incontri in digitale. Le decisioni e gli accordi più importanti necessitano di un'**interazione reale** e questa tendenza è confermata anche dalla volontà sempre più diffusa di organizzare retreat aziendali e giornate di **team building**, per ripristinare il contatto umano tra collaboratori e discutere dal vivo di questioni professionali”.

La volontà di programmare incontri fisici, retreat e trasferte lavorative è confermata anche dall'**Osservatorio Business Travel**, secondo il quale, per il 41% delle imprese intervistate, una percentuale tra il 61 e il 99% del personale è tornato a fare **lo stesso numero di viaggi del pre-pandemia**.

Un trend confermato anche a livello europeo, come dimostra il **Cvent Travel Managers Report**, in base al quale l'80% degli intervistati nel nostro continente si è dichiarato **positivo** riguardo al comparto nel 2023; tra questi, quasi due terzi (64%) prevedono che il volume dei viaggi della propria azienda aumenterà rispetto al 2022 e quasi un quinto (19%) afferma che l'**incremento sarà significativo**.

Indubbiamente, come anche evidenziato da una recente analisi di **Booking**, esiste un interesse per il 'virtual travel', ma è visto più in **ottica esplorativa** prima di una prenotazione, che non come esperienza sostitutiva del meeting faccia a faccia o delle conferenze dal vivo.

“Sembra fuori discussione che oggi si sia recuperata la consapevolezza che, per concludere affari importanti, il **contatto umano sia ancora decisivo** – conclude Carlucci -. Concludere trattative per prendere decisioni determinanti ai fini dell'andamento del business o semplicemente stringere rapporti professionali che durino nel tempo richiede ancora una conoscenza fisica e un'**interazione dal vivo**”.

Viaggi d'affari: il volume aumenta, ma anche l'attenzione ai costi

Il volume dei **viaggi d'affari** europei è destinato ad aumentare ancora nel corso del 2023, ma le **richieste** dei travel manager aziendali sono cambiate e, per attrarli, gli hotel dovranno adattarsi con **formule flessibili** ai nuovi **vincoli di budget** imposti dalle aziende.

Questo in sintesi il risultato che emerge dall'analisi dell'edizione europea di **Cvent Travel Managers Report**. Il rapporto rivela che l'**80%** degli intervistati si è dichiarato **ottimista** riguardo al comparto nel 2023; tra questi, quasi due terzi (**64%**) prevedono che il volume dei viaggi della propria azienda **aumenterà rispetto al 2022** e quasi un quinto (**19%**) afferma che l'incremento sarà **significativo**.

Obiettivo ridurre i costi

Sebbene la crescita dei viaggi comporti un aumento della spesa, ridurre al minimo i costi è ancora una priorità, come spiega TravelDailyNews. Il **65%** degli intervistati ha infatti affermato che la loro principale preoccupazione è l'**aumento dei costi**. Questo numero sale al **73%** per i travel manager sia in Francia che nel Regno Unito.

Per far fronte alla sfida dei costi gli organizzatori dei viaggi aziendali stanno trovando **accorgimenti** nuovi e creativi per ridurre la spesa. Al primo posto tra queste tattiche (**40%**) c'è la decisione di unire i viaggi di lavoro a riunioni ed eventi esistenti a cui i loro team dovrebbero già partecipare. Inoltre, il **37%** dei travel manager aziendali (rispetto al **32%** del rapporto di dicembre 2022) dichiara di voler ridurre il numero di colleghi in trasferta; questo sale al **43%** in Francia. Più di un quinto (**22%**) degli intervistati afferma che pianificherà meno viaggi, tuttavia prolungherà la durata dei soggiorni. Tra le note positive l'**incremento del budget medio** per viaggio, con poco più della metà degli intervistati (**51%**) che prevede un lieve aumento e il **19%** un aumento significativo.



Ricerca lavoro, in arrivo dal Governo la piattaforma web per poterlo trovare

Debutterà a **settembre** la nuova **piattaforma del Ministero del Lavoro** che, per la prima volta in Italia, aiuterà ad attivare **percorsi personalizzati per trovare un'occupazione** e favorire processi autonomi di ricerca di lavoro e di [rafforzamento delle competenze](#).

L'obiettivo principale del nuovo strumento sarà quello dell'**interoperabilità tra altri sistemi**, che consentirà l'incrocio dei dati. L'esatto funzionamento dell'infrastruttura sarà reso noto in un decreto interministeriale di 10 articoli atteso in Gazzetta ufficiale nei prossimi giorni ma il nuovo **Siisl -Sistema informativo per l'inclusione sociale e lavorativa -** consentirà di accedere a **informazioni e proposte sulle offerte di lavoro**, ma anche ai corsi di qualificazione, tirocini e progetti utili alla collettività. Si potrà inoltre essere inseriti in specifici **progetti di formazione** erogati sia da soggetti pubblici, sia da privati.

Il sistema sarà alimentato anche dal Ministero dell'Istruzione e del merito e da quello dell'Università, che potranno così verificare chi sta frequentando i corsi universitari.



'Gli specialisti del futuro': come cambia l'offerta formativa

L'offerta formativa sta cambiando nel segno della digitalizzazione e della versatilità per rispondere alle esigenze degli studenti e delle aziende turistico ricettive. La tecnologia non basta. Per quanto i programmi di formazione turistica puntino sempre più su un approccio digitale per stimolare il coinvolgimento degli studenti, il rischio è oggi quello di dar vita a un'educazione troppo modulare e segmentata.

“Che si tratti di scuole secondarie professionali, di Its Academy e università, o anche di master post-diploma – spiega a Turismo d'Italia Angelo Candido, capo servizio sindacale Federalberghi –, resta diffusa l'idea che, una volta ultimato il proprio percorso di specializzazione, le competenze necessarie siano sostanzialmente acquisite. Il mercato mostra invece di essere in continua trasformazione e, al di là degli indispensabili corsi di aggiornamento, richiede lo sviluppo di soft e social skill a tutti i livelli di istruzione, onde favorire un'omogeneizzazione dell'offerta. In caso contrario, continueremo ad avere un disallineamento fra mondo dell'educazione e del lavoro”.

La retorica dell'eccellenza, alimentata dall'intramontabile modello della Scuola Alberghiera di Losanna, in Svizzera, può infatti contribuire alla formazione di ottimi direttori generali o manager gestionali, ma il turismo ha bisogno di numerose altre figure di raccordo, in linea con le tre principali direttrici di sviluppo odierne: sostenibilità, inclusione e, appunto, ingegnerizzazione dei servizi attraverso la tecnologia.



Il Bed & Breakfast in condominio: normative, regole e obblighi / FAQ

Per aprire l'attività nell'alloggio non è necessario il parere dell'assemblea. Ma va verificata anche la destinazione d'uso dell'immobile

Sono il proprietario di un appartamento che fa parte di un condominio e vorrei affittare tre camere con servizio di bed and breakfast. Per avviare l'attività è necessario che l'assemblea sia d'accordo o posso procedere senza alcun permesso?

Il proprietario di un appartamento – ma anche il conduttore, a patto che il contratto d'affitto lo preveda – può destinare l'intero alloggio o soltanto alcune stanze all'attività di bed e breakfast, senza il preventivo consenso dell'assemblea di condominio. Prima, però, è necessario compiere alcune verifiche essenziali, a cominciare dall'accertamento della destinazione d'uso del bene: solo se quest'ultima è abitativa si può procedere alla locazione; in un immobile con destinazione d'uso ufficio, quindi, non sarà possibile avviare l'attività di b&b.

Sul punto, la Corte di Cassazione (sentenza 24707 del 20 novembre 2014), ha osservato che l'utilizzo della propria abitazione come b&b non determina una modifica della destinazione d'uso dell'immobile, anzi «la destinazione a civile abitazione costituisce il presupposto per l'utilizzazione di una unità abitativa ai fini dell'attività di bed and breakfast». La seconda verifica consiste nell'accertare che il regolamento condominiale contrattuale – il documento firmato da tutti i condòmini proprietari al momento dell'acquisto delle singole unità immobiliari (sempre che ne esista uno) - non vieti in modo chiaro ed esplicito il b&b. Se così fosse, per procedere il proprietario dell'appartamento oggetto della locazione dovrà ottenere una modifica del testo del regolamento, che necessita del voto unanime dei condòmini.

La Cassazione (sentenza 21562 del 7 ottobre 2020) ha chiarito che qualora il regolamento vieti le attività commerciali all'interno dello stabile, non sarà possibile avviare l'attività di b&b, in quanto «(...) pur differenziandosi da quella alberghiera per le sue modeste dimensioni, presenta natura a quest'ultima analoga, comportando, non diversamente da un albergo, un'attività imprenditoriale, un'azienda ed il contatto diretto con il pubblico».

In assenza di espliciti divieti, è possibile avviare l'iter per l'apertura, recandosi all'ufficio regionale competente e richiedendo la normativa aggiornata. Il b&b è un'attività lavorativa a conduzione familiare e a carattere saltuario, disciplinata da normative regionali e provinciali. Negli anni ciascun territorio ha previsto norme differenti (ad esempio, riguardo al numero massimo di camere e ospiti) ma solitamente per procedere è necessario presentare la Scia (Segnalazione certificata di inizio attività) allo Sportello unico delle Attività produttive del Comune in cui si trova l'immobile, allegando una serie di documenti fra cui la planimetria dell'immobile, il contratto di proprietà e l'assicurazione di responsabilità civile, che tutela gli ospiti e gli oggetti di loro proprietà.

Chi gestisce un b&b deve pulire quotidianamente camere, bagni e spazi comuni, mentre la biancheria va sostituita almeno tre volte alla settimana e comunque ogni volta che arrivano nuovi ospiti. Nella maggior parte dei casi non è possibile offrire un servizio di cucina (l'ospite può tuttavia avere a disposizione una macchinetta del caffè). Per la colazione, di norma inclusa nel prezzo, è possibile somministrare prodotti confezionati anche se negli ultimi anni i regolamenti territoriali hanno "aperto" ai prodotti freschi, preferibilmente di provenienza locale. Il b&b in condominio deve tassativamente chiudere un determinato numero di giorni all'anno, anche non consecutivi, con le regole che anche in questo caso cambiano da territorio a territorio. Per quanto concerne, invece, le tariffe, ciascun proprietario può scegliere liberamente che prezzi applicare, avendo cura di esporli all'interno della struttura.

Norme a geometria variabile per numero di camere e spazi

Qual è il numero massimo di camere e ospiti consentito?

Le regole sul b&b in condominio variano da regione a regione, così come il numero massimo delle stanze e delle persone che possono accedervi. In Piemonte, ad esempio, è possibile affittare fino a 3 camere. Altrettanto vario è il numero massimo di ospiti consentiti: 6 in Piemonte. In media, le camere devono avere una dimensione compresa tra gli 8 e i 14 metri quadrati. L'accesso alle stanze da letto deve essere diretto e almeno uno dei bagni – dotati di wc, lavabo, vasca o doccia, specchio e presa di corrente – è riservato esclusivamente agli ospiti. Gli spazi oggetto della locazione devono essere in possesso dei requisiti edilizi, urbanistici e igienico-sanitari previsti dal regolamento comunale, mentre gli impianti dell'appartamento – ad esempio quello elettrico o di riscaldamento (la caldaia) – necessitano delle certificazioni di legge, con il proprietario che deve compiere le verifiche periodiche.

Dall'avvio dell'attività nessun aumento per le spese comuni

L'avvio di un b&b determina un aumento delle spese comuni?

La giurisprudenza ha chiarito che l'avvio di un b&b non determina alcun aumento di spesa per il condomino proprietario, che continua a contribuire in base al criterio fissato dall'articolo 1123 del Codice civile, vale a dire in misura proporzionale al valore della proprietà espresso in millesimi o altro criterio previsto dal regolamento. Il Tribunale di Catania (sentenza 3179 del 9 ottobre 2020) ha spiegato che «(...) la maggiorazione degli oneri non trova nella presenza dei clienti una valida giustificazione. Il criterio di ripartizione, quindi, non può essere alterato per via dell'esercizio dell'attività di b&b, ma resta quello di un normale appartamento adibito a uso residenziale, come tutti gli altri».

In caso di rumori molesti ne risponde il proprietario

Cosa succede se gli ospiti creano disagi agli altri condòmini?

Occorre fare attenzione ai rumori molesti, con il proprietario dei locali che potrebbe essere condannato dal giudice a pagare un risarcimento ai condòmini che hanno intentato causa. I rumori sono considerati molesti quando superino una soglia massima di tollerabilità che per le abitazioni equivale a 3 decibel (in ore serali) e 5 decibel (in ore diurne) misurati rispetto al rumore di fondo. Gli ospiti del b&b – al pari del proprietario – sono tenuti a osservare le norme del regolamento condominiale, che ad esempio può indicare delle fasce orarie in cui è necessario fare silenzio. Le sanzioni variano dai 200 agli 800 euro in caso di recidiva, ma per comminare la multa occorre il parere favorevole dell'assemblea, che si esprime con un numero di voti che rappresenti la maggioranza degli intervenuti e 500 millesimi.

I nomi degli ospiti vanno comunicati alla polizia

Che obblighi di legge ha il proprietario di un b&b in termini di pubblica sicurezza?

Il proprietario dell'appartamento, subito, e comunque entro le 24 ore successive all'arrivo degli ospiti, deve segnalare alla questura del territorio in cui è ubicato l'immobile le informazioni sulle persone ospitate, accedendo al portale Alloggiati Web della Polizia di Stato, che prevede una procedura di registrazione. Nel caso in cui il soggiorno sia inferiore alle 24 ore, le generalità vanno inviate all'arrivo stesso. È, inoltre, consigliato che il titolare dell'attività stipuli una polizza assicurativa, che lo tuteli dai danni procurati dagli ospiti alle parti comuni (portone, ascensore, scale, ecc), a cose e soggetti terzi (si pensi, ad esempio, agli oggetti caduti accidentalmente dal balcone o dalla finestra che colpiscono un'automobile o dei passanti).

Quanto vale il green: turisti disposti a pagare di più per viaggi sostenibili

Nonostante il caro vita, ben l'80% dei **viaggiatori** sarebbe disposto a **spendere il 10% in più** per **viaggi sostenibili**. A rivelarlo è il rapporto [Euromonitor](#), che fa luce sul fenomeno dei viaggi 'green'. E che sottolinea anche come una quota non indifferente (il 41%) sia disposta a pagare addirittura il 30% per tutelare l'ambiente.

L'indagine di Euromonitor analizza anche, tramite il Sustainable Travel Index, le **destinazioni più 'green'**: l'Europa domina questa classifica con i primi 17 posti. Sul gradino più alto, come già accaduto in passato, la Svezia, seguita da Finlandia e Austria. La new entry della top ten di quest'anno è l'Uruguay, che sale di 15 posizioni.

Per quanto riguarda gli ultimi 5 anni, le destinazioni che hanno visto i maggiori miglioramenti, sottolinea [traveldailynews.com](#), sono l'Egitto e le Maldive.

Il destino del green

“Guardando al futuro - commenta **Caroline Bremner**, responsabile viaggi di Euromonitor International -, il Sustainable Travel Index evidenzia la tecnologia verde e la digitalizzazione del viaggio del viaggiatore come due modi infallibili per contribuire a raggiungere la strada verso l'impatto zero. La collaborazione con nuove start-up nel settore delle green technology potrebbe contribuire a spianare la strada a un futuro dei viaggi più verde e pulito”.



FONTE / www.ttgitalia.com





in collaborazione con



Il barometro del turismo

#Federalberghi

Gli occupati nel settore



Alloggio e pubblici esercizi
1.255.570 dipendenti
Solo ricettivo
268.379 dipendenti

fonte: INPS (media annua relativa al 2022)

Alloggio e pubb. esercizi: **-0,3%**

Ricettivo: **-0,4%**

Var % 2022/2019
fonte: INPS

Le imprese del turismo

Numero di partite IVA attivate

	I trimestre 2023	var % I trimestre 2023/2019
attività dei servizi di alloggio e ristorazione	11.295	-17,6%
alloggio	2.611	+11,0%
ristorazione	8.684	-23,5%
tutti settori	177.725	-10,1%

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



Alberghi ed esercizi complementari

Saldo iscritte-cessate
+176 imprese*

*al lordo delle cancellazioni d'ufficio

aprile - giugno 2023 (ISS Ateco)
fonte: Infocamere-Unioncamere



Spesa turistica

Spese stranieri in Italia:
6.776 milioni di Euro
+34,8% sul 2022
+1,1% sul 2019

I trimestre 2023
fonte: Banca d'Italia



Spese italiani all'estero:
6.011 milioni di Euro
+46,4% sul 2021
+10,7% sul 2019

I trimestre 2023
fonte: Banca d'Italia



Saldo: 765 milioni di Euro
921 mln nel 2022
1.272 mln nel 2019

FONTI /
www.federalberghi.it

ULTIMA RILEVAZIONE APRILE 2023

Spese stranieri in Italia: 3.845 milioni € (+31,6% sul 2022 e +13,8% sul 2019) - Spese italiani all'estero: 2.419 milioni € (+32,3% sul 2022 e +18,8% sul 2019)
Saldo: 1.426 milioni € (1.093 milioni nel 2022, 1.342 milioni nel 2019)





L' Ospitalità al Vs. servizio!

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

Portale web
www.federhotels.it

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

Novità per WhatsApp: ora puoi mostrare il tuo schermo durante le videochiamate

WhatsApp sta provando a rendere la sua applicazioni più eterogenea, introducendo la possibilità di **condividere la schermata durante una videochiamata**, anche di gruppo. La novità è stata introdotta dal fondatore di Meta, Mark Zuckerberg, che l'ha presentata con un breve post pubblicato su Facebook. Condividere la schermata sarà possibile attraverso il tasto "condividi": l'utente potrà scegliere se condividere solo un'applicazione specifica oppure l'intera schermata. La funzione sarà disponibile anche dall'applicazione desktop per sistemi Windows.

Oltre a questa nuova funzionalità - che sembra voler rendere l'esperienza con le videochiamate più simile a quella di applicazioni dedicate come Zoom o Meet di Google - è stata introdotta anche la possibilità di **effettuare le videochiamate in modalità orizzontale**, che dà più spazio al contenuto eventualmente condiviso, posizionando invece lateralmente, se da dispositivo mobile, i riquadri delle altre persone connesse alla videochiamata.



FONTE / www.dday.it