



FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni
Italiane Alberghi e Turismo



Volume 18, Numero 01

GENNAIO 2026

FEDERALBERGHI del VERBANO CUSIO OSSOLA

L'ospitalità al Vs. servizio !!



SOMMARIO

OVERVIEW	PAG. 2
VIAGGI DI LUSO 2026 - ITALIA PRIMA NELLE ANALISI DI MERCATO	PAG 6 e 7
VIAGGI DI NOZZE - ITALIA PRIMA NEL MONDO	PAG 8
CUCINA ITALIANA - PATRIMONIO UNESCO	PAG 9
SERVIZI AGGIUNTIVI PER GLI ASSOCIATI	PAG 10 PAG 23
	Da PAG 3 a PAG 5 Da PAG 11 a PAG 13
AZIENDE PARTNERS	PAG 15
TRIBUNALE APERTO	PAG 14
VIAGGI E HOTEL NEL 2026 - I DESIDERI DEGLI ITALIANI	PAG 16 e 17
AL VIA ELENCO GUIDE TURISTICHE	PAG 18
AFFITTI BREVI E OVERTOURISM: SENTENZA CORTE COSTITUZIONALE	PAG 19
AI. CAOS DI TRANSI- ZIONE E FUTURO NEL TURISMO	PAG 20 e 21
PASSAPORTI - NUOVE REGOLE	PAG 22
POLIZIE CATASTROFALI - PROROGA	PAG 24
APP & DINTORNI	PAG 25

OVERVIEW

Dall'Europa all'Asia: tutti vogliono i soldi dei turisti internazionali

I dati parlano chiaro: il **turismo internazionale** continua a crescere e non accenna a fermarsi. Il business degli arrivi dall'estero è in crescita, e insieme ad esso la quantità di denaro portata dai turisti stranieri all'interno dei Paesi. Una tale mole di soldi **non poteva passare inosservata**. E se da un lato molte destinazioni (ad esempio il Giappone) si trovano ad avere a che fare con la gestione di flussi mai visti prima, dall'altro c'è chi vede nei turisti un'opportunità per l'economia.

Crescono infatti le destinazioni che hanno annunciato nuove tasse sui turisti in arrivo: solo la scorsa settimana sono arrivate notizie dalla [Francia](#), che ha proposto un balzello sulle crociere, e dal [Regno Unito](#) dove molti amministratori locali sono propensi a sfruttare la possibilità di imporre una tassa di soggiorno.

Casi isolati? Non sembrerebbe proprio. Solo lo scorso anno in **Giappone** era esplosa un'abitudine ancora più radicale: applicare una doppia tariffazione, con prezzi differenziati per turisti stranieri e 'local'. E la scorsa estate gli **Usa** hanno portato il costo dell'Està (il permesso di ingresso turistico) da 21 a 40 dollari, [di fatto raddoppiandolo](#).

Una torta da spartirsi

Del resto le economie mondiali stanno facendo i conti con una situazione non semplice, tra tensioni geopolitiche e l'onda lunga delle misure di emergenza della prima parte del decennio. Reperire fondi è una priorità per molte casse statali e aumentare la tassazione sui turisti stranieri consente di dragare denaro senza andare a toccare le tasche del proprio elettorato, reale o potenziale. E senza subire gli inevitabili effetti che ogni balzello sull'economia nazionale porta con sé.

Una strategia che porterà a un **aumento dei prezzi**? Sicuramente sì, anche se le percentuali di incremento potrebbero non essere significative. Soprattutto alla luce dell'incidenza di altre componenti, come quella dei voli costretti a fare lo 'slalom' tra le diverse zone 'off limit' causa conflitti.

Un insieme di fattori che porta il turismo ad essere una **torta appetibile per molti**. Soprattutto per quanto riguarda gli arrivi dall'estero.

FONTE / TIG ITALIA

SOCIAL :



@FederalbergVCO



Federalberghi VCO



Federalberghi VCO



L'Ospitalità al Vs. servizio !

Molto di più per il tuo Hotel: incassi senza pensieri con l'offerta dedicata di **XPay Hotel**.

XPay Hotel ti aiuta a gestire
le prenotazioni e a massimizzare
le garanzie di incasso anche in caso
di disdetta. Oggi a condizioni dedicate
per gli **Associati Federalberghi**.

0,88%

Commissioni Carte
Consumer Europe*

1,89%

Commissioni Carte
Business Europe*

0,10€

Costo
per transazione

*Merchant fee variabile in riferimento alle transazioni consumer europee



Inquadra il QR Code

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



nexi
every day, every pay

Message pubblicitario con finalità promozionali. Per info e condizioni vai su nexi.it/xpay/hotel

gfl
COSMETICS

DIPRES

ACQUANET

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

osmè
organic



PRIJA È UN'ESPERIENZA
ESOTICA DI LUSO
E BENESSERE

PRIJA



AREA MANAGER:

Sig. Gianpietro Schiffo

366 5933950

gianpietro.schiffo@dipres.it

www.dipres.it

Convenzione Federalberghi per l'acquisto di un Defibrillatore Philips

PHILIPS HEARTSTART FRx CON TECA IREDEEM

La teca Iredeem permette di segnalare in modo chiaro il posizionamento del defibrillatore, rendendolo facilmente identificabile anche a distanza e permettendo il rapido accesso in caso di necessità

Pannello grafico informativo con istruzioni per il rapido uso del defibrillatore e simbolo DAE

Teca murale in robusto ABS con chiusura magnetica e allarme sonoro

Defibrillatore Philips FRx sempre pronto per l'uso con istruzioni vocali che guidano passo per passo il soccorritore



ANCHE USO
PEDIATRICO



GARANZIA 8 ANNI
DEFIBRILLATORE



COLLAUDO
E ATTIVAZIONE
DEFIBRILLATORE
NELLA VOSTRA SEDE



~~2.382~~ Euro
PREZZO DI LISTINO

990 Euro
PREZZO RISERVATO CONVENZIONE
IVA ESCLUSA

Comprende:



- Garanzia DAE 8 anni on center
- Servizio di collaudo e attivazione del defibrillatore presso la vostra sede incluso

- Spiegazione di funzionamento del defibrillatore da parte di tecnico specializzato incluso

VIAGGI DI LUSSO NEL 2026 - ITALIA PRIMA NELLE ANALISI DI MERCATO DEL SETTORE

I viaggi di lusso continuano a crescere. Lo racconta **Matthew Upchurch**, ceo di **Virtuoso**, presentando il **Luxe Report** con cui il network di agenti di viaggi di lusso punta i riflettori sulla stagione 2026. E la prima notizia è che per il prossimo anno, e anche per quello successivo le vendite sono in crescita del **+24%**, e i viaggi ultra-high value crescono ancora di più, con un 36% di incremento.

Anche le previsioni dei consulenti vedono un andamento positivo: per il 67% ci sarà un aumento della domanda di viaggio, e la stessa percentuale vede anche una crescita della spesa.

La seconda notizia è che, anche quest'anno, **l'Italia** è in testa alla graduatoria delle destinazioni preferite dai clienti "Virtuoso". Un dominio netto, che vede il Paese primeggiare sia nella graduatoria globale, sia in quelle dedicate agli honeymooners, al family travel e anche al solo travel: la Penisola risponde bene a un target molto ampio, che ricomprende diverse generazioni e differenti bisogni.

La graduatoria

Nella classifica delle top destination per il 2026, alle spalle dell'Italia figura il Giappone, che sta vivendo un vero boom turistico, classificandosi subito dopo l'Italia come destinazione globale e scelta per i viaggi in famiglia, arrivando terzo per i viaggi in solitaria e piazzandosi nella top 10 per lune di miele e crociere. Per la prima volta, Kyoto si unisce a Tokyo tra le città da visitare nel 2026. Terzo posto per la Grecia, seguita da Francia e Croazia.

Mantenersi al fresco rimane un obiettivo anche nel 2026, con Islanda, Antartide e Norvegia in cima alla lista delle destinazioni in crescita. Il Marocco si conferma saldamente tra le prime cinque mete 'rising star', mentre l'Egitto guadagna tre posizioni e arriva quinto grazie all'interesse per le crociere private sul Nilo e per la possibilità di visite private al Grand Egyptian Museum. Anche il Vietnam sale di tre posizioni, raggiungendo il sesto posto tra le destinazioni emergenti, distinguendosi per l'eccellente rapporto qualità-prezzo e come una nuova alternativa alle altre mete asiatiche in forte espansione.

Il Canada guadagna terreno in tutte le categorie, comparendo nella top 10 per i viaggi globali, in famiglia e d'avventura e nella top 5 per i viaggiatori in solitaria. Alternative alle icone europee stanno entrando in scena: Riga, in Lettonia, con la sua architettura Art Nouveau, la soleggiata riviera albanese, le località adriatiche del Montenegro e le città storiche di Malta ricche di fascino mediterraneo.

L'all inclusive

Un grandissimo ritorno, reinterpretedato, però con gli occhi del lusso, è quello dell'all inclusive. Per la prima volta, il Luxe Report ha chiesto ai consulenti di viaggio le caratteristiche dei viaggi ultra lusso. Ora questo tipo di viaggio si definisce come la presenza di ogni dettaglio completamente incluso. Un tempo considerato una comodità di massa, il "tutto incluso" è stato elevato a includere tutto, dai trasferimenti privati e cene di livello Michelin all'acquisizione di resort dove chef, esperti di benessere e guide sono completamente a disposizione degli ospiti.

Il tutto parte dalla prenotazione. Secondo Upchurch, il lusso nei viaggi oggi è racchiuso in una frase: *"Potrei prenotare e organizzare da me, ma preferisco farlo fare dal mio advisor"*. Tutto compreso, anche i pensieri.



Viaggi di nozze, Italia prima meta al mondo

L'Italia è la **prima destinazione al mondo** scelta per viaggi di nozze luxury, davanti a Grecia e Bali. Crescono, inoltre, le coppie straniere che decidono di celebrare le nozze nel nostro Paese. Secondo le rilevazioni [Enit](#) - che di recente ha organizzato "Enit Weddings and Luxury workshop" a Londra - sono oltre 15.100 i matrimoni di coppie straniere che hanno scelto l'Italia per sposarsi, registrando un incremento dell'11,4%.

Stando alle ultime rilevazioni Enit si parla di **quasi un milione di persone coinvolte**, che hanno generato 4 milioni di pernottamenti e un aumento del numero degli ospiti, che spingeranno la spesa media dell'evento al **+4,2%**, attestandosi intorno ai 61.500 euro. In aumento le coppie provenienti da Canada, Giappone, Argentina, India, Emirati Arabi e Sud-Est asiatico.

*"Siamo un Paese competitivo e attrattivo per i turisti, sotto ogni punto di vista - commenta **Ivana Jelinic**, a.d. Enit S.p.A. -. Offriamo esperienze uniche e siamo in grado di rispondere alle diverse esigenze, soddisfacendo anche aspettative molto alte come quelle che si pongono i viaggiatori per le nozze e la luna di miele. Sempre più turisti esteri scelgono l'Italia per celebrare un momento unico, generando un **impatto economico positivo per tutto il comparto**".*



FONTE / TTG ITALIA

Cucina italiana Patrimonio UNESCO, Santanchè: “Enogastronomia modello culturale e orgoglio nazionale”

“Esprimo la più profonda soddisfazione per il raggiungimento di un obiettivo storico: la cucina italiana è stata insignita del titolo di Patrimonio Immateriale dell’Umanità dall’UNESCO – ha dichiarato il ministro del Turismo Daniela Santanchè -. Si tratta, infatti, del riconoscimento mondiale di un modello culturale che è parte integrante della nostra identità nazionale e, allo stesso tempo, un asset strategico di grande rilevanza per il tessuto economico italiano.

Il successo delle nostre eccellenze culinarie risiede in un apparato vincente e inossidabile in cui tutti gli elementi operano in sinergia – spiega Santanchè -. Il suo cuore è la convivialità e il valore sociale, che lega famiglie e comunità e che si unisce indissolubilmente alla ricchezza dei nostri territori, promuovendo la tutela dei prodotti locali.

È proprio questa armonia tra società, territorio e qualità a costituire un vero e proprio fattore distintivo di qualità per l’intero sistema Italia e un potente strumento di promozione, tanto che ENIT ha lanciato il progetto “Italia Gourmet Bus”, per celebrare la cultura enogastronomica e l’attrattività turistica italiana nelle principali capitali europee.

La tradizione enogastronomica – continua il ministro – è rimasta viva e autentica perché siamo stati in grado di preservare l’eredità culturale, assicurando il fondamentale passaggio di conoscenze pratiche e artigianali tra le generazioni, dalla tradizione casalinga all’alta ristorazione.

La nostra offerta enogastronomica è già un pilastro imprescindibile dell’industria turistica. Il comparto ha generato un fatturato di oltre 40 miliardi di euro nel 2024, segnando una crescita del 12% rispetto all’anno precedente. Inoltre, il turismo legato a questo segmento è la motivazione principale per la scelta dell’Italia come meta di villeggiatura e la prima voce di spesa dei viaggiatori, con un valore che nei primi quattro mesi del 2025 ha già toccato i 9 miliardi di euro.

Guardando alle prospettive di crescita – prosegue Santanchè –, le associazioni di categoria stimano che il riconoscimento UNESCO della cucina italiana potrebbe determinare, nell’arco di due anni, un incremento dei flussi turistici fino all’8%, pari a circa 18 milioni di pernottamenti aggiuntivi. Oltre al valore turistico diretto, la cucina italiana esercita un ruolo culturale significativo: essa rappresenta un tratto identitario condiviso da 59 milioni di residenti e da una comunità stimata fino a 85 milioni di persone di origine italiana nel mondo, consolidando così un potente legame transnazionale.

La cucina italiana – conclude il ministro – è ora riconosciuta come **ambasciatrice della Nazione nel mondo**, un patrimonio che abbiamo il dovere di tutelare, promuovere e valorizzare ancora di più. Il successo del traguardo raggiunto è merito dell’impegno di tutti: gli operatori del settore, le associazioni di categoria, le istituzioni locali e, non da ultimo, il Governo, che ha creduto e sostenuto la candidatura fin dall’inizio. Lavoreremo uniti per tradurre questo prestigioso risultato in crescita strutturale del comparto e orgoglio nazionale”.

Queste le parole del ministro del Turismo Daniela Santanchè nel commentare il riconoscimento della cucina italiana a Patrimonio Immateriale dell’Umanità UNESCO.

FONTE / MINISTERO DEL TURISMO



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



LA MIGLIORE CONNESSIONE SENZA VINCOLO AL SINGOLO OPERATORE

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

Mettiamo in campo tutta la nostra **esperienza** per fornire la più **stabile** linea telefonica e internet presente sul **vostro territorio**.
Offri ai tuoi ospiti il comfort di rimanere sempre connesso con il resto del mondo, grazie a una **connettività sicura, affidabile e di alta qualità**.



Servizi di **connettività dedicata o condivisa** su tutte le tecnologie esistenti (Fibra, FWA, LTE) ed upgrade a tecnologie più performanti non appena disponibili.



Collegamento su **linee telefoniche nuove o esistenti** con portabilità della numerazione in modalità classica (WLR) oppure VoIP, personalizzate sulla base delle singole esigenze.



Gestione multioperatore con unico riferimento tecnico e amministrativo.



Assistenza quotidiana e diretta con monitoraggio dei nostri tecnici.



Servizi di Back up per avere sempre la linea anche in caso di guasto.

@CROLLA
SISTEMI S.r.l.

SOLUZIONI PER COMUNICARE

www.crollatelecom.it



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



L' Ospitalità al Vs. servizio!

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

TRIBUNA APERTA: QUESITI FREQUENTI e CURIOSITA'

Agenzia delle entrate - corrispettivi giornalieri - chiarimenti sulla compilazione del tracciato XML - consulenza giuridica n. 3 del 14 febbraio 2022



Si rammenta che a decorrere dal 1° gennaio 2026 entra in vigore l'obbligo di collegamento tra registratori telematici e terminali Pos o altri strumenti di pagamento elettronico, anche se l'Agenzia delle Entrate ha stabilito un periodo transitorio, al fine di consentire agli esercenti di adeguarsi gradualmente (cfr. nostra circolare n. 234 del 2025).

In particolare, gli operatori che già dispongono di strumenti di pagamento elettronico al 1° gennaio 2026, o che li attiveranno entro lo stesso mese di gennaio, avranno 45 giorni di tempo, decorrenti dalla data in cui il servizio online sarà reso disponibile, per effettuare la registrazione.

Tale data sarà comunicata con un avviso pubblicato sul sito dell'Agenzia delle Entrate e, comunque, le nuove funzionalità saranno rese disponibili nei primi giorni del mese di marzo.

Al riguardo, si ritiene utile riportare alcuni chiarimenti che l'Agenzia delle entrate aveva a suo tempo fornito in tema di corrispettivi giornalieri e compilazione del tracciato XML.

imposta di soggiorno

L'Agenzia delle entrate ha ribadito che l'imposta di soggiorno e il contributo di soggiorno non concorrono alla formazione della base imponibile della prestazione alberghiera e, dunque, non sono soggetti ad IVA.

Secondo l'Agenzia delle entrate, l'imposta di soggiorno e il contributo di soggiorno, dovuti unitamente al corrispettivo per le prestazioni alberghiere, rientrano tra le "somme dovute a titolo di rimborso delle anticipazioni fatte in nome e per conto della controparte, purché regolarmente documentate" di cui all'art. 15, primo comma, n. 3) del DPR n. 633/1972, da valorizzare con il codice natura N1 nei documenti commerciali.

Ciò anche a seguito della modifica apportata dall'articolo 180, comma 3, del decreto-legge 19 maggio 2020 n. 34, con cui si è stabilito il ruolo di "responsabile del pagamento" dell'imposta di soggiorno e del contributo di soggiorno per il gestore della struttura, con diritto di rivalsa sui soggetti passivi. Con tale modifica, secondo l'Agenzia delle entrate, il gestore della struttura ricettiva non ha assunto la veste di soggetto passivo dell'imposta, che permane in capo ai clienti della struttura, sottoposti alla rivalsa.

caparra confirmatoria

L'Agenzia delle entrate ha ricordato che la caparra confirmatoria (articolo 1385 c.c.) anche se prevista da un'apposita clausola contrattuale, non costituisce il corrispettivo di una prestazione di servizi o di una cessione di beni, in quanto assolve ad una funzione risarcitoria, comune alla caparra penitenziale (laddove il risarcimento è riconosciuto, in misura predeterminata, in favore di una parte a fronte della facoltà di recesso dell'altra; cfr. l'articolo 1386 c.c.). La stessa non è, quindi, soggetta a IVA per mancanza del presupposto oggettivo di cui agli articoli 2 e 3 del D.P.R. n. 633/1972.

Secondo l'Agenzia delle entrate, nei documenti commerciali la caparra va valorizzata nei documenti commerciali con il codice natura N2, che fa riferimento alle operazioni "non soggette".



CREATE

SCHÖNWALD
Germany



Tonetti Forniture Alberghiere
è un'azienda leader con 50 anni di esperienza
nella fornitura di attrezzature professionali
per hotel, ristoranti e bar, offrendo prodotti
di alta qualità e consulenza specializzata.

Il nostro showroom è in
Via Monte Bianco, 21017
Samarate (VA) | 0331/220359
info@tonetti.it | tonetti.it

TONETTI
FORNITURE ALBERGHIERE

Viaggi e hotel nel 2026: i desideri degli italiani

Le tensioni geopolitiche e le contingenze economiche non scalfiscono la voglia di scoprire il mondo degli italiani. L'ultima conferma arriva dal **Changing Traveller Report 2026** di **SiteMinder**, secondo cui nei mesi a venire i connazionali si distingueranno per la maggiore propensione a viaggiare sia all'estero sia in Italia.

“Nonostante l'incertezza globale, la voglia di viaggiare resta fortissima. Vediamo, infatti, che complessivamente oltre il 90% degli italiani mantiene o aumenta il proprio desiderio di partire”, spiega **Simone Portaluri**, regional manager Italy di SiteMinder.

La Penisola sarà l'approdo del 53% degli intervistati. Oltreconfine, le destinazioni più ambite saranno Spagna (18%), Francia (15%) e Grecia (9%), e le città più desiderate Parigi (10%), Barcellona (9%), Vienna (6%), Londra (6%) e Madrid (6%). Per i viaggi domestici, le regioni più scelte saranno Sicilia (22%), Toscana (19%), Puglia e Sardegna (entrambe con il 14%).

Un nuovo modo di vivere gli hotel

“Questo entusiasmo crescente - aggiunge Portaluri - sta ridisegnando il modo in cui i viaggiatori nel 2026 sceglieranno, prenoteranno e vivranno gli hotel. Gli italiani privilegeranno strutture indipendenti e dal forte carattere e, a livello globale, risultano i più influenzati dai contenuti visivi, come foto e video, quando si tratta di decidere. È un chiaro invito all'azione per gli albergatori: valorizzare ciò che li rende unici e investire nel racconto della propria struttura”.

Aumenterà la richiesta di camere standard (51%) e superior (36%) silenziose e le spa delle strutture alberghiere si confermeranno l'esperienza di lusso più desiderata.

Quanto alle abitudini di consumo, le **Ota resteranno il canale di prenotazione più popolare** in Italia, scelto dal 39% degli intervistati. Una **quota significativa (28%)**, **tuttavia, prenoterà direttamente con la struttura**, attraverso sito o telefono e email; mentre il 20% prenoterà attraverso i motori di ricerca, mentre il 10% si affiderà a un'agenzia di viaggi.

Chi preferirà la prenotazione diretta lo farà soprattutto per un servizio migliore grazie alla comunicazione diretta (70%), maggiore controllo su prenotazioni e modifiche (64%), maggior fiducia rispetto ai siti terzi (61%), prezzi più bassi e pacchetti dedicati (56%).

L'AI, pur restando un canale ancora emergente per la fase di scoperta degli hotel, è **destinata a trasformare rapidamente l'intera esperienza di prenotazione**. Secondo SiteMinder, a livello globale, l'80% dei viaggiatori nel mondo desidera funzioni basate sull'IA a supporto del proprio percorso di prenotazione in hotel, con monitoraggio dei prezzi e avvisi sui ribassi al primo posto (44%). Gli italiani sono in linea: il 46% indica il price alert come funzione più utile, a seguire l'individuazione di annunci falsi e truffe (37%) e il riassunto delle recensioni di un hotel (31%). Chiudono l'apprendimento dei propri gusti per scovare "perle" nascoste (27%) e la creazione di itinerari personalizzati (26%). Il 16% preferisce invece prenotare senza AI.

Hub di esperienze

Dallo studio emerge poi un'evoluzione del ruolo della struttura alberghiera. "Si sta trasformando in un vero e proprio 'hub di esperienze' - spiega Portaruli -. Il 75% dei viaggiatori italiani è interessato a utilizzare i servizi dell'hotel, come ristoranti, spa e piscine, anche senza pernottare. Le strutture di maggior successo saranno quelle capaci di superare il modello tradizionale di semplice alloggio, offrendo servizi 'à la carte', supportati dalla tecnologia e dall'IA per personalizzare l'esperienza e aiutare i viaggiatori a gestire anche gli aspetti più pratici, come il budget. I viaggiatori italiani stanno infatti costruendo i propri viaggi in modo sempre più distintivo e personalizzato. Gli hotel che sapranno comprendere e valorizzare questa diversità saranno, nel prossimo anno, quelli in grado di attrarre e coinvolgere con maggiore efficacia i loro ospiti ideali".

Pricing e overtourism

Altra tendenza interessante che emerge dal report riguarda in ultimo l'**overtourism**. Di fronte al fenomeno, emerge un'apertura significativa: a livello globale il 42% pagherebbe di più per un alloggio nelle destinazioni popolari se ciò aiutasse a ridurre la pressione turistica. In Italia, il 37% **prenderebbe in considerazione un sovrapprezzo del 10-15%**, ma solo a determinate condizioni: il 10% è generale completamente favorevole, il 14% solo se fosse l'unico modo per visitare la meta desiderata, il 13% a fronte di benefici tangibili per i residenti locali. Il 23% deciderebbe in base alla destinazione. I contrari sono circa il 41% e per ovviare al fenomeno, il 22% sceglierebbe la bassa stagione, il 19%, invece, un'altra meta.

AL VIA L'ELENCO DELLE GUIDE TURISTICHE PER LA VALORIZZAZIONE DIGITALE DEL TERRITORIO

Il Tourism Digital Hub è il nuovo pilastro dell'innovazione turistica italiana. Un'infrastruttura digitale che connette operatori, imprese e istituzioni, creando un ecosistema integrato per una promozione più efficace e una pianificazione più semplice.

* Obiettivo: digitalizzare e valorizzare l'offerta turistica nazionale.

Il TDH riduce la frammentazione del settore, supporta gli operatori con servizi innovativi e migliora l'esperienza del turista grazie a strumenti smart per la scelta delle destinazioni.

* Un progetto strategico per il Sistema Paese.

Promuove la visibilità internazionale, stimola la crescita economica e contribuisce a ridurre il divario territoriale, favorendo un turismo più inclusivo e sostenibile.



alimentare il TDH – ivi compresi il sito istituzionale italia.it e il Portale Operatori di italia.it;

CONSIDERATO che l'adozione dell'avviso risponde a criteri di trasparenza, pubblicità e parità di trattamento, in conformità ai principi generali dell'azione amministrativa;

DETERMINA

Art. 1

L'approvazione, per le ragioni in premessa, dell'allegato schema di "Avviso pubblico per l'adesione al progetto "Tourism Digital Hub" da parte delle Guide Turistiche", nonché dei relativi allegati che ne costituiscono parte integrante, finalizzato alla fornitura di contenuti video per il TDH – ivi compresi il sito istituzionale italia.it e il Portale Operatori di italia.it.

Art. 2

La realizzazione delle finalità contenute nell'Avviso Pubblico di cui al precedente articolo non comporta oneri finanziari a carico dell'Amministrazione e non prevede l'erogazione di alcun contributo nei confronti degli aderenti.

Il Direttore Generale

Avv. Filomena Bilancio

FILOMENA
BILANCIO
04.12.2025
10:38:16
GMT+01:00



FONTE MINISTERO TURISMO

Affitti brevi e overtourism: la Corte Costituzionale conferma i poteri dei Comuni nel fissare limiti

Con la sentenza n. 186, la Corte Costituzionale ha respinto le questioni di legittimità sollevate dal Governo contro alcune disposizioni della legge della Regione Toscana n. 61/2024 (Testo unico del turismo). La decisione è rilevante anche oltre il caso toscano, perché ribadisce che **Regioni e Comuni possono intervenire con regole territoriali** per gestire gli effetti della pressione turistica, soprattutto quando l'attività si riflette sull'assetto urbano e sul governo del territorio. Anche l'Emilia-Romagna ha approvato il 17 dicembre una legge simile, che consente ai comuni di fissare limiti agli affitti brevi, a pochi giorni di distanza dalla sentenza che dà il via libera all'analoga iniziativa della Regione Toscana. Altre regioni potrebbero seguire questa strada.

In sintesi, dalla sentenza emerge un principio di fondo: quando le regole sulle attività ricettive e sulle locazioni brevi incidono sull'assetto del territorio, la Regione può intervenire con una disciplina di settore e può **attribuire ai Comuni un ruolo regolatorio**, anche prevedendo criteri, limiti e un meccanismo di autorizzazioni. Nel caso esaminato, la Corte conferma inoltre la possibilità di **modulare le scelte in base alle esigenze locali** e in funzione degli obiettivi dichiarati dalla legge, tra cui il contenimento degli effetti negativi dell'overtourism.

Dopo questa sentenza è possibile che, nelle destinazioni più esposte ai picchi turistici, **si possano valutare interventi normativi simili** a quello toscano e che più Comuni si orientino verso regolamenti locali sulle locazioni brevi. Il motivo è che la Corte, nel caso esaminato, ha chiarito che alcuni profili specifici - come la possibilità di individuare zone con restrizioni e limitare le locazioni turistiche - possono essere letti come **misure amministrative legate al governo del territorio e al turismo**, quindi rientranti nell'ambito di competenza degli enti territoriali.

Alcuni Comuni potrebbero quindi muoversi con **minori dubbi sul rischio che tali misure vengano considerate, in via generale, fuori competenza**, rendendo possibili interventi contenitivi sull'overtourism che includono anche provvedimenti sugli affitti brevi. La spinta di molti Comuni italiani potrebbe essere intensificata anche da **fattori sociali**, che abbiamo visto sono in grado di influenzare sindaci e amministratori, come le difficoltà di accesso alla casa per i residenti, le tensioni nei quartieri più esposti alla **turistificazione**, l'aumento delle segnalazioni legate a rumore e convivenza, oltre alla pressione sui servizi locali nei periodi di massima affluenza. A questi elementi si aggiunge spesso la richiesta - proveniente sia da cittadini sia da operatori economici - di regole più chiare e **controlli più efficaci**, con l'obiettivo di rendere l'offerta turistica più gestibile e prevedibile, senza lasciare che la crescita avvenga in modo disordinato nelle aree più delicate.

Negli ultimi anni, in diverse destinazioni con forti picchi di domanda turistica, il tema delle locazioni brevi è entrato nel dibattito politico-amministrativo come uno degli strumenti con cui provare a governare l'impatto dei flussi sul tessuto urbano. Sul fronte dei proprietari e dei gestori professionali, associazioni di settore come **AIGAB** hanno spesso contestato misure ritenute **penalizzanti per i piccoli proprietari** e, in ambito nazionale, hanno espresso posizioni favorevoli al mantenimento di alcuni regimi fiscali sulle locazioni brevi, sostenendo che un inasprimento avrebbe colpito soprattutto i ceti medi e rischiato di produrre effetti indesiderati. Nello stesso dibattito, altri operatori del turismo (in modo particolare gli albergatori) hanno espresso letture opposte, attribuendo **un ruolo più rilevante** alle locazioni brevi nel generare tensioni con i residenti e nel mercato abitativo.

AI, caos di transizione e futuro del turismo: la visione di Marco Camisani Calzolari

Nel corso del convegno organizzato a Milano da **Naar** per celebrare i 30 anni del tour operator, uno degli interventi più attesi è stato quello di **Marco Camisani Calzolari**, esperto di AI e cybersicurezza per il Dipartimento per la Trasformazione Digitale e per l'Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale. Uno speech lucido e diretto, che ha messo a fuoco l'impatto reale – e non teorico – dell'intelligenza artificiale sul business e, soprattutto, sull'industria dei viaggi.

Secondo Camisani Calzolari, il cambio di paradigma è già in corso: l'AI non si installa, si adotta. Non è un software da aggiungere, è un processo che modifica identità, ruoli e modelli operativi. *“Non è un esperimento ma una trasformazione importante che tocca tutto e tutti. Chi non investe in AI è fuori”*, ha affermato. Una trasformazione che – sottolinea – per la prima volta, coinvolge anche i colletti bianchi: finora la tecnologia ha automatizzato mansioni fisiche, adesso sta **riscrivendo quelle intellettuali**. Il momento storico è paragonabile all'arrivo delle prime automobili: caos, sovrapposizione di vecchio e nuovo, assenza di segnaletica. Una fase in cui convivono carrozze e motori, procedure analogiche e strumenti smart.

L'AI nel turismo: dalla SEO al cliente, una rivoluzione già iniziata

Per il turismo – settore fondato sulle relazioni, sulla costruzione di itinerari complessi e sull'assistenza – l'AI rappresenta un **cambio di prospettiva radicale, ma non sostitutivo**. Camisani Calzolari avverte: *“il modo di cercare informazioni sta cambiando. La SEO tradizionale perde terreno, perché l'utente non 'cerca' più: conversa. Le richieste avvengono sempre più spesso tramite assistenti AI, che diventano intermediari e filtri”*. Questa transizione porterà nuove sfide. Anche a livello economico. Bisogna tenere a mente, inoltre, come l'AI non sia neutra nonché scevra di bias e stereotipi: viene addestrata con dati che possono essere incompleti, parziali o distorti. *“È un pappagallo probabilistico che finge di dire cose molto sensate”*, ha chiarito Camisani Calzolari, ricordando l'urgenza di insegnarne fin da subito i limiti, persino ai bambini.

Robot intelligenti: il prossimo fronte del travel

Accanto alla parte 'non fisica' dell'AI, sta arrivando un'innovazione di cui si parla ancora troppo poco: i **robot intelligenti**, destinati ad avere un impatto proprio nei settori ad **alta intensità di servizio** come il **turismo**. Oggi sono ancora goffi, ma attualmente la Cina ne produce 10mila al giorno. Sono antropomorfi, apprendono dai dati, e iniziano a operare. E migliorano. Nessuna minaccia di sostituzione totale, ma un cambiamento inevitabile: tutto ciò che può essere automatizzato lo sarà. Questo avrà conseguenze anche sul mercato del lavoro: i compiti più junior sono già svolti da sistemi AI, e questo richiederà una maggiore specializzazione umana per trovare un impiego nella prima fase della propria carriera.

Per gli operatori della travel industry, dunque, questo si traduce in una strategia molto precisa: serve puntare ancora di più sull'**umanizzazione dell'impresa**, in poche parole sul capitale umano. Un concetto che, come ha evidenziato Camisani Calzolari, rappresenta già uno dei punti di forza di aziende come Naar.

Accoglienza, velocità del cambiamento e ruolo delle aziende

Se da un lato l'innovazione galoppa, dall'altro restano barriere che nessun algoritmo potrà cancellare. L'accoglienza – la vera essenza del turismo – non si automatizza. *“Molti mettono il digitale dappertutto solo per fare scena”*, ha fatto notare Camisani Calzolari, ricordando che gli esseri umani hanno bisogno di contatto, empatia e misure coerenti con il proprio timing cognitivo. L'AI può liberare tempo, può potenziare l'esperienza e migliorare i servizi, ma non può sostituire ciò che rende un viaggio significativo. Non è un nemico: il turismo del futuro sarà sempre più 'aumentato', non 'rimpiazzato'. È però fondamentale **affrontare il cambiamento con lucidità e senza autoinganni**. La velocità con cui l'AI sta ridefinendo modelli, competenze e processi non ha precedenti: non lascia tempo per l'attesa, né spazio per l'inerzia. E nel turismo – un comparto che vive di dinamiche globali e competitività altissima – chi non utilizza l'AI sarà inevitabilmente il primo a essere superato.

Qui entra in gioco la **governance aziendale**: servono leader capaci di vedere oltre l'oggi, pronti a mettere in discussione procedure consolidate e a guidare team spesso spaventati dalla trasformazione. Perché la tecnologia non è il vero ostacolo: lo è la cultura. *“Il nostro vero nemico è la frase: abbiamo sempre fatto così”*, ha concluso Camisani Calzolari. Un monito diretto al settore: **il futuro non aspetta**.



Passaporti, nuove regole: addio bollettino postale

Arrivano le nuove regole per il rilascio dei **Passaporti**. La principale novità riguarda il sistema di **pagamento**, che ora non prevede più la possibilità di versare tramite **bollettino postale**. Il meccanismo sarà sostituito da strumenti di pagamento digitali e tracciabili attraverso la piattaforma PagoPa.

Tuttavia, non mancheranno gli sportelli per effettuare il pagamento, che potrà essere portato a termine negli uffici postali o agli sportelli delle banche, o anche in tabaccherie e ricevitorie.

Il pagamento

Ovviamente, sarà possibile anche procedere in autonomia al pagamento attraverso le **piattaforme** dei medesimi operatori (Poste, banche e prestatori di servizio). All'atto del pagamento sarà necessario comunicare nome e codice fiscale della persona per cui si richiede il passaporto, anche nel caso in cui si tratti di un minore. Per quanto riguarda l'importo da versare, c'è un piccolo adeguamento: dai 42,50 euro si passa infatti a **42,70 euro**.

Il passaggio a PagoPa fa parte del più ampio piano di digitalizzazione dei servizi pubblici e della pubblica amministrazione.



FONTE TTG ITALIA

COMUNICAZIONE AGLI ASSOCIATI

FEDERALBERGHI
VERBANO CUSIO OSSOLA



SERVIZIO DI CONSULENZA LEGALE

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

Diritto civile

Contrattualistica nazionale e internazionale

Diritto commerciale e societario

Controversie di lavoro

Recupero del credito

Esecuzioni mobiliari e immobiliari

Procedure concorsuali

Infortunistica stradale

Diritto di famiglia

Amministrazione di sostegno

Diritto delle successioni

Locazioni e condominio

Privacy e protezione dei dati personali (GDPR)

Azione civile nel processo penale

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

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

Riferimenti Telefonici:
Tel.: 0323-40.3300 / int 201
@mail:
direzione@federhotels.it



Roma, 12 dicembre 2025

COMUNICATO STAMPA

POLIZZE CATASTROFALI, BOCCA: RINGRAZIAMO IL MINISTRO SANTANCHE' PER LA PROROGA OCCORRE UN COMPARATORE NEUTRALE, PER SGOMBRARE IL CAMPO DA COSTI GRAVOSI E CONFUSIONE IMPERANTE

"Ringraziamo il Ministro del Turismo, sen. Daniela Santanchè, e il Governo, per la soluzione che è stata individuata con il decreto milleproroghe in relazione alle assicurazioni contro i rischi catastrofali per le piccole e microimprese del settore turistico ricettivo". È la dichiarazione del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, in riferimento al decreto contenuto nel milleproroghe sulle polizze catastrofali.

"Confidiamo che il termine più ampio che viene al momento prefigurato (31 marzo 2026 anziché 31 dicembre 2025) sia sufficiente per la realizzazione del portale informatico previsto dalla legge al fine di consentire un effettivo confronto tra i costi delle coperture assicurative, al pari di quanto accade per le polizze di responsabilità civile automobilistica".

"La mancanza di tale strumento - ha aggiunto Bocca - lede il diritto delle imprese a disporre degli elementi necessari per scegliere in modo consapevole la soluzione assicurativa più idonea e sostenibile rispetto alle proprie esigenze, diritto di comparazione che costituisce uno dei capisaldi su cui è basato lo spirito della norma.

Inoltre, l'indisponibilità di un preventivatore pubblico neutrale costituisce anche una barriera alla concorrenza nel mercato assicurativo, che genera costi aggiuntivi per il sistema delle imprese, come dimostra la babele di offerte attualmente disponibili sul mercato, tra le quali le strutture turistico ricettive - in specie se di piccole dimensioni - stentano ad orientarsi".

Il Centro studi Federalberghi ha chiesto a un broker e a quattro compagnie di primaria importanza di formulare dei preventivi riferiti a casi reali, fornendo a tutti e cinque gli interlocutori gli stessi dati.

Le risposte ricevute confermano quanto sia gravoso il costo delle polizze e mettono in luce la confusione che impera sul mercato.

Oltre alle tariffe salate, tutt'altro che irrisorie per una piccola impresa, si registrano incomprensibili differenze tra le proposte che le varie compagnie formulano per il medesimo albergo, con casi limite in cui la differenza tra l'offerta più bassa e quella più alta è superiore al mille per cento: allo stesso albergo (un hotel a 3 stelle con 67 camere), per la stessa polizza, una compagnia ha chiesto 10.624,45 euro e un'altra ne ha chiesti 136.879,51, con uno scarto pari al 1.188%).

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, agiscano in un'ottica di problematiche strettamente affini a quelle delle aziende alberghiere e contribuiscano a tutti gli effetti alla composizione dell'offerta turistico-ricettiva nella Provincia del V.C.O. L'Associazione aderisce a **Federalberghi** e all'Unione Regionale delle Associazioni Piemontesi Albergatori (**Federalberghi Piemonte**).

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



APP / WEB & TECH

Musei italiani sempre più internazionali, l'analisi di Amuseapp

Musei italiani sempre più globali nel 2025: secondo il primo report di **amuseapp**, un visitatore su due arriva dall'estero e il gradimento dell'esperienza raggiunge un voto medio di 9,08 su 10, ma solo quando i contenuti parlano la lingua del pubblico.

La piattaforma, attiva in 70 siti culturali, rileva **presenze da 144 Paesi**: il 42% è internazionale, con **Madrid, Parigi e Londra** in testa. L'età media si concentra tra 25-54 anni (63%), mentre le donne rappresentano il 58%. Sul fronte linguistico, dopo italiano (38%) e inglese (26%), emergono spagnolo (10%), francese (8%) e tedesco (6%), con una long tail sopra l'1,5%. L'**audioguida** è l'**elemento più apprezzato** (19,6%), seguita da architettura (12,4%) e qualità delle informazioni (12,3%). Quando la mediazione culturale funziona, il gradimento delle traduzioni tocca il 97,2% e la visita diventa davvero memorabile.

FONTE www.ttgitalia.com