

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

# turismo

*d'Italia*

*Incoming*

L'EXPLOIT DELL'ITALIA  
TRA DUBBI E CERTEZZE

*Albergatore Day 2023*

LA VIA DEL FUTURO  
PARTE DA ROMA

*Legge di bilancio*

UNA GUIDA RAGIONATA  
PER LE IMPRESE

## PURA ENERGIA

L'anno si apre all'insegna di un pressante impegno ecologico  
per le strutture ricettive

Dal Fri-Tur al tax credit, le nuove risorse per far fronte  
ai rincari luce-gas e alla riqualificazione

# FAS•ITALIA

WWW.FORNITURE-ALBERGHIERE.BIZ

*Quanti prodotti girano intorno all'Hotellerie!*



*Noi li abbiamo Tutti!*



DAL

1981

AL SERVIZIO  
DEL TUO HOTEL



L'arredotheta®  
arredipeethotel.com



[WWW.LARREDATHETA.COM](http://WWW.LARREDATHETA.COM)



SHOWROOM

Via Victor Fleming 8, 00012 Gudionia (RM)





## Sommario **TURISMO D'ITALIA**

N. 67 - Febbraio 2023

**5** L'Editoriale  
IL TURISMO E L'ARTE  
DELLA PROGRAMMAZIONE  
*di Bernabò Bocca*

**6** Viaggi in Italia e rincari:  
tutti i nodi dell'incoming

**8** L'imposta della discordia  
*di Alberto Caspani*

**12** La transizione ecologica  
fa ingresso in hotel  
*di Amina D'Addario*

**17** Fri-Tur: nuovo incentivo  
per le strutture ricettive

**18** Entertainment in hotel:  
più smart e tailor made  
*di Gaia Guarino*

**22** SPECIALE RISTRUTTURAZIONI  
Lavori in corso per la qualità

**25** Il green design di Open

**28** SPECIALE HOUSEKEEPING  
Igiene uguale comfort

**31** HOTEL HUB  
Un "amore" di ospite  
*di Giacomo Pini*

**Federalberghi**

**33** Albergatore Day 2023:  
nuove basi per il futuro

**36** Legge di bilancio:  
una guida con le novità  
*di Antonio Griesi*

**39** Lavoro e formazione:  
un'alleanza per crescere

**41** Soggiorno a rate in hotel:  
la formula di Scalapay

**42** Affitti brevi: sentenza Ue  
contro l'evasione fiscale

**48** Appuntamenti del settore 2023



**Turismo d'Italia** è Organo Ufficiale di Federalberghi, l'associazione nazionale degli albergatori. È l'unica rivista specializzata che raggiunge in modo capillare tutte le strutture ricettive a 5, 4 e 3 stelle con una tiratura di 15mila copie e una readership online di oltre 75mila contatti.

Il magazine si presenta con una grafica innovativa e accattivante, studiata per dare ampio spazio a nuovi contenuti di attualità, agli approfondimenti e alle tendenze ed eccellenze dei settori Contract e Horeca: dai prodotti alla tecnologia, dalla progettazione ai servizi, dal food&beverage al design.

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

# turismo

*d'Italia*

## TIRATURA E DIFFUSIONE

**Turismo d'Italia** è un bimestrale distribuito in **15mila copie**. Ogni numero viene spedito a 6.000 hotel 4 e 5 stelle e a 9.000 3 stelle selezionati.

Inoltre, la versione **sfogliabile in pdf** viene ogni volta inviata a una mailing list di **oltre 75.000 nominativi** (alberghi, catene, società di servizi, progettisti, giornalisti, ecc.), raggiungendo così una diffusione davvero straordinaria per l'editoria specializzata.



La rivista è sfogliabile anche online all'indirizzo [www.turismoditalia.it](http://www.turismoditalia.it)



ITALIA

TTG

Luxury



IL MAGAZINE LUSO FIRMATO TTG ITALIA  
VI DÀ APPUNTAMENTO A MARZO 2023

PER INFORMAZIONI: PUBBLICITA@TTGITALIA.COM

È una pubblicazione  
ITALIAN EXHIBITION GROUP





Febbraio 2023, Numero 67

*In copertina*

Un'esplosione di luce e di energia. Due elementi declinabili in tanti aspetti, dall'impegno ad adottare fonti rinnovabili a quello economico del caro bollette, ma, soprattutto, quell'energia che il mondo alberghiero sta approfondendo per superare i momenti più oscuri degli ultimi anni. (Foto pixabay - ai-generated tommyvideo)

BERNABÒ BOCCA  
Presidente Federalberghi



*Editoriale*

# IL TURISMO E L'ARTE DELLA PROGRAMMAZIONE

Ricominciamo... Il 2023 si è aperto per il settore con il bell'exploit delle festività natalizie. Se oltre 17 milioni di individui si sono messi in viaggio tra Natale e Capodanno e se altri 5 milioni e 200mila hanno scelto nel nuovo anno di godere appieno la festa dell'Epifania, ciò significa che gli italiani non intendono più rinunciare ai benefici della vacanza, già tanto a lungo agognata nei periodi terribili e bui di lockdown.

Malgrado gli scenari non siano oggettivamente rassicuranti per il comparto a causa del caro energia, la voglia di viaggiare si è totalmente rivitalizzata, e questo si riscontra anche dal movimento turistico degli stranieri, finalmente liberi dai vincoli proibitivi della lunga pandemia e desiderosi di riapprodare nel Belpaese. Un aspetto, questo, che acquista particolare importanza in riferimento a una delle realtà economicamente più rilevanti per l'Italia, ovvero il mercato americano. Secondo una ricerca previsionale condotta da Enit sotto Natale, il mercato statunitense avrebbe addirittura raddoppiato la sua rappresentanza in Italia rispetto al 2021.

Per parlare del presente, il turismo invernale non dovrebbe tradire le aspettative. Nonostante le difficoltà provocate dall'assenza di neve sui nostri Appennini per le quali il ministro del Turismo Santanchè ha convocato un tavolo di confronto con le Regioni, il 2023 si preannuncia per il nostro comparto come l'anno del ritorno ai livelli pre-pandemia. Una vera e propria ripartenza che consente di prevedere un consistente aumento del turismo internazionale.

Non siamo certi, tuttavia, che ciò basti per sentirsi al sicuro. Mai come in questo contesto si sente il bisogno di mettere a frutto l'arte della programmazione. Un'arte che il sistema ricettivo coltiva per nascita e necessità. Non c'è offerta o proposta che non sia frutto di una strategia di programmazione, studiata in riferimento agli elementi indispensabili per rendere una destinazione e/o una struttura più attrattiva. Ma la programmazione è appunto un'arte che va coltivata in modo corale. Abbiamo bisogno di trovare riscontro nelle agende istituzionali. Gli appuntamenti li abbiamo ben chiari: Giubileo 2025, Milano Cortina 2026, Expo 2030 nella auspicabile ipotesi che vinca la candidatura della Capitale. Ma quanta programmazione dedicata al comparto vi è alle spalle di questi colossali eventi? Più avremo chiarezza su questo, più potremo dare il miglior contributo alla causa, sempre pronti a collaborare.

Intanto prepariamoci alla nostra 73a Assemblea nazionale, che si svolgerà dal 12 al 14 maggio a Bergamo e Brescia, felici di trovarci al centro della contemporaneità nelle "due città in una": la Capitale della Cultura 2023.



# Viaggi in Italia e rincari: tutti i nodi dell'incoming

Si apre un altro anno 'acrobatico' per il turismo internazionale nel Belpaese. Le incognite della non facile situazione contingente si accompagnano alle speranze di business

Italia sarà una delle mete più gettonate del 2023, ma una serie di questioni rischiano di rendere vani gli sforzi e le aspettative del turismo incoming, che confida sulla salda posizione della Penisola sullo scenario turistico internazionale, ma deve fare i conti con alcuni fattori che renderanno la situazione più complessa del previsto. E mentre il Washington Post incorona

il Belpaese come una delle mete più gettonate dell'anno appena iniziato, gli addetti ai lavori devono fronteggiare i venti contrari.

## I BIGLIETTI DEI MUSEI

Ultima questione in ordine di tempo, ma prima dal punto di vista dell'impatto mediatico, la decisione degli Uffici, che insieme al Colosseo, ai Fori Romani e a Pompei guida la classifica

dei musei più visitati d'Italia, di aumentare il biglietto di ingresso. Un ritocco verso l'alto non pesante (5 euro in alta stagione), ma che ha fatto partire le polemiche di chi, come gli operatori turistici, si trovano a dover dire ai loro clienti che il prezzo del pacchetto venduto è cambiato o, peggio, a dover riasorbire i costi.

Due i temi: da un lato il rischio di un effetto contagio, con un innalzamento



## Tra dubbi e timori, l'inbound dei t.o.

Turisti pronti a tutto pur di visitare l'Italia e le sue destinazioni iconiche, oppure più sensibili al rialzo delle tariffe che ha investito tutti i comparti della filiera? È il dilemma su cui si interrogano gli operatori della Penisola che operano nel settore incoming. Un tema d'attualità che ha acceso il dibattito degli addetti ai lavori, preoccupati dagli effetti dell'impennata delle tariffe sulla propensione alla spesa dei viaggiatori.

“Il problema - sottolinea Marcello Benevento, direttore operativo di Ada Tour - è che quando andiamo a confermare un gruppo, i listini concordati mesi fa non sono più molto rispettati e ci ritroviamo con tariffe più alte che vanno a comprimere il nostro mark up. È una situazione che, purtroppo, rischia di rendere la ripresa più complicata del previsto”.

Per Niccolò Mazzi, ceo di DiVita Tours, “da una parte esiste realmente il problema dell'inflazione, dall'altra, però, ci sono alcuni





dei biglietti di ingresso di tutti i musei italiani (una prospettiva caldeggiata anche dal ministro del Turismo Santanchè, che in un recente incontro ha sottolineato come i nostri tesori artistici e culturali meriterebbero ticket di accesso più alti), dall'altro un effetto negativo sull'immagine del Paese all'estero, che sembra a tutti gli effetti ormai una destinazione costosa.

### LA TASSA DI SOGGIORNO

A rafforzare questa immagine anche la possibilità, contenuta in un emendamento alla legge di bilancio, per le città con un numero di turisti elevato di aumentare la tassa di soggiorno. Anche in questo caso, i sindaci stanno valutando il da farsi: alcuni, come il sindaco di Siena, hanno deciso di non ritoccare verso l'alto le tariffe, ma non c'è nessuna garanzia che le altre città turistiche siano disposte a seguire la sua linea. Anche in questo caso, l'effetto negativo può essere duplice (se non triplice): un boomerang di immagine, un aumento anche sensibile del conto a camera per i turisti e un provvedimento che arriva senza la giusta programmazione, precipitando sulle teste degli operatori a 'prezzi fatti'.

### I RISCHI

Insomma, il turismo in Italia rischia di andare fuori mercato. A questi due aumenti si aggiungono i rincari dei costi degli alberghi e, più in generale, la crescita del costo della vita, che va a impattare in maniera diretta sui viaggiatori. Sono infatti in rapido aumento i costi della ristorazione, spinti dalla crescita dei costi dei beni alimentari e dai costi dell'energia, così come i costi per i trasporti pubblici nelle città. A fine vacanza, il conto di un viaggio in Italia rischia di essere troppo salato, e il Paese di perdere in competitività. C.P.

ritocchi all'insù dovuti più alla speculazione e alla volontà di cavalcare l'onda dei rincari che a fattori oggettivi. Nonostante questo, abbiamo avuto un 2022 costantemente fully booked, ma quanto potrà durare questo trend?"

Parla di una ripresa a ostacoli Carlo Maderna, direttore di Clío Viaggi: "Gli aumenti sono generalizzati e riguardano tutti i servizi che compongono un pacchetto, che, mediamente, oggi costa il 20-25% in più rispetto al 2019. Magari lo straniero non batte ciglio, ma c'è anche chi cerca di risparmiare sulla sistemazione alberghiera, o chi, ed è il caso più frequente, accorcia la durata della vacanza".

Che nulla, nemmeno l'innalzamento dei prezzi, sia invece riuscito a scalfire la voglia d'Italia lo sostiene Julian Zappalà, titolare di Dimensione Sicilia: "Il caro prezzi sta avendo un peso, certo, ma il mercato lo sta assorbendo senza difficoltà. Da parte di mercati come Australia, Argentina e Stati Uniti non solo non vediamo nessun freno, ma i numeri di quest'anno sono già superiori a quelli del 2019. E anche febbraio, mese tradizionalmente di bassa stagione, sta registrando movimenti inaspettati, che non avevamo mai avuto".

A.D.A.



# L'imposta della discordia

Lo spettro di nuovi incrementi delle tasse di soggiorno agita il settore alberghiero. La reazione degli operatori del ricettivo e le possibili soluzioni alternative, sempre comunque nell'ottica di rifornire le casse comunali di risorse utili al miglioramento dell'offerta turistica



DI ALBERTO CASPANI

**S**ebbene Firenze e Pisa giochino oggi in due diverse serie di campionato, il derby fra città è di nuovo accesissimo e, come già avvenne secoli addietro, potrebbe essere determinante per i destini dell'ospitalità in Italia. Con l'approvazione di un emendamento all'ultima Manovra di bilancio, il valore dell'imposta di soggiorno potrà infatti essere aumentato sino a 10 euro dai capoluoghi a maggior vocazione turistica: fra quelli ritenuti tali nel 2023, oltre alle due città toscane, anche Venezia, Napoli e Rimini, contando un numero di visitatori almeno 20 volte superiore ai propri residenti.

## FRONTE DI OPPOSIZIONE

“Il sindaco Dario Nardella è stato il primo – spiega **Francesco Bechi**, presidente Federalberghi Firenze –, e al momento l'unico, ad avallare la possibilità di aumento, nonostante l'aperta opposizione della nostra categoria. Gli albergatori sono ancora pesantemente provati dagli effetti della pandemia e, nel caso in cui la volontà di aggravio sia confermata, non farà che trasformare Firenze nella città con l'imposta di soggiorno più cara in Italia, oltre che in Europa: basandosi sul precedente criterio di riscossione, che prevede un euro d'imposta per numero di stelle dell'hotel, i più danneggiati sarebbero i visitatori di fascia media, famiglie per la maggior parte. Valido per il solo territorio cit-

tadino, il provvedimento rischia poi di reindirizzare i flussi di pernottamento sui Comuni nell'immediato circondario, con ulteriore aggravio della già bassa marginalità fiscale di Firenze rispetto, ad esempio, ad altre importanti destinazioni come Roma o Venezia. Poiché il Comune ha diritto di applicare gli aumenti anche contro l'opinione delle associazioni di categoria, non escludiamo iniziative di contestazione”.



Con un buco di bilancio di 25 milioni solo per il turismo (secondo stime Federalberghi Firenze) e la mancata riscossione d'imposta di oltre 10mila alloggi, per Bechi il capoluogo fiorentino avrebbe dovuto concentrarsi

## La Valle d'Aosta aggiorna le regole

**Disegno di legge, in Valle d'Aosta, per aggiornare la normativa della disciplina regionale che regola la tassa di soggiorno.**

**Queste le linee della revisione: applicazione uniforme dell'imposta in tutti i comuni della Valle d'Aosta, considerata come prodotto turistico 'unico'; necessità di parametrare le tariffe applicate nella regione a quelle delle principali mete turistiche delle Alpi, anche in considerazione del crescente fabbisogno di risorse finanziarie per le politiche di promozione e valorizzazione del territorio; estensione dell'applicazione dell'imposta, per ragioni di equità, anche nei confronti degli ospiti degli alloggi a uso turistico messi in locazione da privati; individuazione, per le strutture turistico-ricettive oggetto di classificazione, per le aziende alberghiere e i complessi ricettivi all'aperto, di un nuovo criterio di applicazione dell'imposta, non fondato sui prezzi praticati, ma sul numero di stelle attribuite.**

sul recupero fiscale, anziché sul rafforzamento della tassazione. Il livello dei servizi offerti non giustifica infatti l'idea dell'amministrazione comunale, a differenza di una "tassa di scopo" richiedibile, per un importo minimo, ad altre categorie che beneficiano degli effetti della filiera turistica.

### **POS COMUNALE PER LA RISCOSSIONE**

“Pur incassando già 10 milioni di euro dall'imposta di soggiorno – evidenza Andrea Romanelli, presidente Federalberghi Pisa –, Firenze non è stata in grado di restituire l'equivalente in servizi turistici, e lo stesso accade nella nostra città: su un riscosso di circa un milione 800mila euro, il fondo medio a disposizione per iniziative di rafforza-



mento dell'offerta non ha mai superato i 100mila euro. Qui, però, l'amministrazione comunale sembra aver capito che il potere di riscossione aumenta, se l'imposta viene applicata con un valore minimo a ogni categoria di visitatore, senza riconoscere privilegi d'esenzione: in questo modo il Comune non è costretto ad aprire contenziosi per cifre massime di 1 o 2 euro, coperte facilmente dall'albergatore nei rari casi di mancato versamento. Pisa andrà a elezioni la prossima primavera e non ha interesse, in questo momento, a toccare un tasto tanto delicato, anche perché i nostri rappresentanti sono pronti a far valere ragioni contrarie in sede di voto:

sarebbe però auspicabile istituire un Pos comunale dedicato alla riscossione dell'imposta, cosicché il contributo dell'ospite giunga direttamente alle casse pubbliche, senza creare complicazioni fiscali agli albergatori. Dal momento che la quota viene richiesta dal Comune in contante, ma finisce per esser poi pagata in modalità elettronica, l'albergo è costretto a farsi carico di un ulteriore costo dovuto alle commissioni delle carte di pagamento. Per un hotel da 60 camere, significa coprire di tasca propria quasi 200 euro al mese su 5mila riscossi in alta stagione a favore del Comune. Certo l'imposta può rivelarsi utile alle politiche amministrative, ma appare incomprensibile quando nell'arco di pochi chilometri varia sensibilmente da città a città, senza aver neppure a disposizione dati dettagliati su quanto sia poi reinvestito a favore del turismo”.

### **DIVERSIFICAZIONE IN LAGUNA**

“A Venezia la nuova possibilità di aumento non ha generato alcuna reazione – osserva Claudio Scarpa, direttore Federalberghi Venezia – anche perché abbiamo pensato di differenziare le voci d'introito: chi visita la città senza pernottare, in pratica 2 turisti su 3, è tenuto a versare, dal 16 gennaio, un contributo d'accesso e prenotazione (con valore compreso fra i 3 e i 10 euro), mentre chi parte dall'aeroporto cittadino è soggetto a un'imposta d'imbarco (pari a 2,5 euro). Con l'attuale giunta, inoltre, la restituzione del contributo in termini di servizi urbani è diventata evidente, sia sotto il profilo del miglioramento del

trasporto pubblico che dello smaltimento rifiuti e del sostegno alle associazioni cittadine. Il Comune ha capito che il turismo va regolamentato rispettando le istanze dei professionisti, tanto da essere ora un partner di fiducia in grado di garantirsi un gettito medio annuale di circa 30 milioni di euro”.

### **LA VIA DEL CONFRONTO**

“Nel capoluogo campano – rilancia Salvatore Naldi, presidente Federalberghi Napoli – l'ipotesi di un aumento dell'imposta è stata fortemente criticata dalla categoria degli albergatori. Potrebbe infatti scoraggiare i turisti che considerano la nostra città ancora accessibile in termini di costi. L'aumento, inoltre, va valutato alla luce della recente introduzione della tassa di imbarco in aeroporto. Abbiamo perciò avviato un confronto con il Comune onde migliorare l'impiego del riscosso, puntando a potenziare infopoint e bagni pubblici”.

### **PIÙ STRUTTURE, PIÙ GETTITO**

“Fortunatamente a Verbania abbiamo sviluppato un'ottima collaborazione con il Comune – commenta Gian Maria Vincenzi, presidente Federalberghi Verbania-Cusio-Ossola –, e, di fronte ai tanti rincari prodotti dalle ultime crisi, si è deciso di mantenere una linea fiscale morbida. Sono in corso trattative per aprire da due a tre nuove strutture alberghiere a Verbania, in modo da implementare diversamente il gettito per le casse pubbliche. Con arrivi in forte crescita anche nel 2023, il territorio non ha bisogno di altri espedienti fiscali”.





# “La nostra attenzione è su nuove frontiere”

Catturare mercati big spender, come Emirati o India, capaci di compensare i grandi ‘assenti’ dell’inbound italiano. Coinvolgere le realtà imprenditoriali nel processo di crescita. Investire al meglio i capitali del Pnrr e lanciare una nuova campagna promozionale. Le strategie di Enit raccontate dalla ceo Ivana Jelinic

DI FRANCESCO ZUCCO

“**P**er tanti anni sono stata un fruitore dei servizi di Enit e del sistema Paese. Con la mia attività andavo all’estero a promuovere il territorio. E ho ben chiara tutta la trafila”. Ivana Jelinic, da due mesi amministratore delegato dell’Agenzia di promozione, imposta il suo mandato partendo dalla propria conoscenza del settore, forte di un’esperienza che parte dall’agenzia di viaggi per approdare all’associazionismo (con la presidenza Fiavet) per arrivare fino all’attuale ruolo chiave per la promozione dell’Italia all’estero. E questo avviene in un momento decisamente particolare per il settore, appena uscito da tre anni che hanno letteralmente sconvolto il panorama dei viaggi internazionali, prima con la pandemia e dopo con il conflitto in Ucraina. Ed è proprio dagli effetti di questa ‘tenaglia’ che parte la riflessione di Jelinic, consapevole di come questi due eventi abbiano (e stiano ancora) modificando i bacini di riferimento dell’Italia. Se la pandemia ha di fatto congelato gli arrivi dalla Cina, le conseguenze della guerra hanno invece bloccato i flussi provenienti dalla Russia.

## **Come intende muoversi l’Enit in questo scenario?**

Dobbiamo incrementare la presenza, in particolare sui mercati dove siamo scoperti. Ad esempio, India o Emirati sono ‘nuove’ frontiere sulle quali dobbiamo puntare l’attenzione.

**Anche perché, per un po’ di tempo, l’Italia non potrà contare su bacini in passato importanti come Cina e Russia...**



Questo ha già creato problemi all’Italia e inevitabilmente ne creerà nel futuro: ci mancano numeri importanti. Per questo ho colto la palla al balzo e ho partecipato all’inaugurazione della nuova rotta di Ita Airways su Nuova Delhi. Ci dobbiamo riposizionare su altri mercati e rafforzarci su alcuni consolidati come quello americano e sudamericano. Abbiamo la necessità di riempire il vuoto che hanno lasciato Cina e Russia. A questo proposito bisogna aggiungere che, nonostante si parli spesso del mercato russo, c’era anche quello ucraino: per molti nostri territori generava presen-

ze rilevanti che ora, per i motivi che sappiamo, non ci sono più.

**Per la Cina la questione è diversa perché è legata non a tensioni geopolitiche, bensì alla gestione della pandemia...**

Il mercato cinese mancherà ancora per un po’. Tutti avevamo sperato che la situazione in Cina tornasse sotto controllo e ci fosse un ritorno alla normalità. Ma la situazione attuale non consente di sottovalutare il pericolo. E si tratta di un rischio che l’Europa non può permettersi: non siamo in grado di affrontare di nuovo una situazione di tipo emergenziale. La Cina sicuramente non scomparirà dai radar. È un mercato importante che presto o tardi tornerà alla normalità. E questo significa che un minimo di presenza è bene mantenerla. E quando si normalizzerà non potremo essere completamente ‘lontani’ da loro... lo sforzo per ricostruire tutto sarebbe enorme.

## **Il discorso vale anche per la Russia?**

Lasciando da parte il discorso sui rapporti politici tra Paesi compromessi dalla situazione attuale è innegabile che il popolo russo ami l’Italia. Sicuramente, in questo momento, è decisamente difficile pensare a una ripresa dei viaggi, perché, con le restrizioni e le sanzioni, ci sono divieti oggettivi, anche per quanto riguarda i collegamenti, i rapporti con le aziende e i trasferimenti di denaro. Non mi

---

**Consapevole di come gli eventi abbiano modificato e stiano ancora modificando i bacini di riferimento dell’Italia**

sento di fare una previsione adesso sul breve periodo per la ripresa delle operazioni sul mercato russo. Quando la situazione cambierà saremo pronti a riprendere le redini del discorso, ma al momento qualunque investimento sarebbe senza ritorno. Enit è ancora presente in Russia. Abbiamo mantenuto il personale della sede di Mosca per non disperdere le competenze: sono per-



sone che lavorano lì da 15-20 anni, e perdere queste professionalità sarebbe un danno. Al momento, però, non lavorano sul quel mercato, si occupano del supporto di altre sedi. Ma saremo pronti a ricominciare se e quando la situazione dovesse cambiare.

#### **Adesso qual è la strategia dell'Agenzia di promozione?**

Potenziare la partecipazione alle fiere internazionali. E, in generale, comunicare ancora di più. A questo proposito intendo avviare un'importante campagna globale per portare nuovamente l'Italia alla ribalta. Abbiamo bisogno che si parli ancora più di noi. Anche per guadagnare terreno rispetto ai competitor. Speriamo di poter avviare la campagna già nel secondo semestre del 2023. Per ora non è ancora stata declinata, ma sicuramente coinvolgerà la stragrande maggioranza dei Paesi che rappresentano i nostri mercati obiettivo. Toccherà gran parte del mondo, a partire dall'Europa sino agli Stati Uniti e ad alcune realtà del Sud-Est asiatico.

#### **In questo momento quali sono i Paesi che fanno maggiore concorrenza all'Italia?**

Di sicuro la Spagna e la Francia. Abbiamo meno rappresentanza all'estero rispetto a loro. E poi si tratta di destinazioni che sono partite prima di noi, c'è proprio una questione di tempistiche differenti. Ma anche un problema di fondi: nel tempo loro hanno investito molto di più. E i miei omologhi hanno a disposizione cifre maggiori rispetto ai miei.

#### **Qualcosa potrebbe cambiare con il Pnrr?**

Per quanto riguarda Enit, dal piano arriveranno maggiori risorse nel 2023. Per l'anno appena iniziato si tratta di circa 30 milioni di euro in più, che va ad aggiungersi a un budget standard di altri 30 milioni.

#### **Anche perché il turismo è fatto da tante componenti...**

I turisti non arrivano in groppa a un asino. Atterrano in aereo. Entrano in gioco i vettori... E qui emerge la mia visione pragmatica. Chiunque porti turisti è sicuramente un interlocutore. Poi è naturale che si tenti di supportare in primis le realtà italiane, ma questo non pregiudica nulla. Siamo disponibili a collaborare con chiunque: cerchiamo di valorizzare quelle che sono le imprese italiane, ma tenendo conto anche delle straniere. Sarebbe folle per noi non avere contatti con realtà a livello globale che possono trasportare passeggeri importanti nel nostro Paese.

#### **...e perché chi effettivamente 'vende' il prodotto sono le imprese**

Per questo dobbiamo muoverci come sistema Paese, lavorare insieme ai vettori



#### **In passato è stato chiesto a Enit di collaborare di più con le imprese. Vi muoverete anche in questo senso?**

Su questo aspetto c'è molto da fare. Dobbiamo tarare meglio le attività, il che impone un parziale cambio di visione e un approccio un po' differente. Bisogna fare in modo che le imprese si sentano parte attiva: su questo abbiamo un po' perso lo smalto. Se da un lato le Regioni sono il primo interlocutore, dall'altro i privati devono essere una parte altrettanto significativa. Siamo disponibili a collaborare con chiunque: cerchiamo di valorizzare quelle che sono le imprese italiane, ma tenendo conto anche delle straniere.

aerei e al sistema ferroviario. Strizzando sempre più l'occhio al settore privato. E dobbiamo fare maggiore attenzione affinché si viaggi senza competizione interna.

#### **Intende quella tra le Regioni?**

In Italia c'è una promozione molto frammentata. Lo sforzo ora è portare tutto sotto un grande marchio, partendo dal 'Brand Italia' e poi declinando territori. La promozione per Regioni si è rivelata un limite: lo sostengo da sempre che in primis il turista sceglie l'Italia. Questo non deve essere visto come una 'diminutio', ma come un elemento di arricchimento. Il viaggiatore sceglie prima l'Italia e poi, in un secondo momento, seleziona dove andare.



# La transizione ecologica fa il suo ingresso in hotel

L'impegno ambientale diventa imprescindibile per il comparto alberghiero, che si trova davanti a scelte fondamentali per il futuro. Tanti e diversi gli elementi da considerare e affrontare nell'adeguamento delle strutture ai principi della reale sostenibilità, ma i vantaggi sono considerevoli sotto vari aspetti



DI AMINA D'ADDARIO

**Z**ero plastica, corretta differenziazione dei rifiuti, menù a Km 0. La sostenibilità negli hotel si declina in tanti modi. Ma non è una moda o un trend passeggero. È una necessità, una priorità percepita sempre di più come un valore aggiunto dalla clientela. Oggi i viag-

giatori considerano infatti l'approccio green come un elemento imprescindibile dell'offerta alberghiera. E gli hotel, dal canto loro, plasmano e adeguano la loro proposta a queste aspettative.

Si è cominciato a parlare di transizione da quando i temi ambientali e il riscaldamento climatico sono entrati nel parlare comune, ma c'è stata un'accelerazione dopo il Covid e, ancora di

più, da quando gli effetti del caro energia si sono fatti sentire sul portafogli.

Secondo l'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite, le emissioni degli hotel rappresentano circa l'1 per cento di quelle globali. Mentre, per limitare il riscaldamento del pianeta e rispettare gli accordi sul clima di Parigi – a dirlo è un documento dell'International Tourism Partnership –, l'industria





dell'ospitalità dovrà ridurre le emissioni del 66 per cento entro il 2030.

Ma a che punto siamo? Quanto la filiera è riuscita ad adeguarsi alle nuove esigenze green?

### Le scelte dei giovani

Secondo Ivan De Beni, presidente di Federalberghi Garda Veneto, il settore ha fatto indiscutibili passi avanti in questa direzione, ma gli interventi non sono stati uniformi. “Gli adeguamenti sono andati avanti a macchia di leopardo – osserva De Beni –, anche se non c'è dubbio che il turismo sostenibile è il futuro: è un investimento oneroso, ma indispensabile per rimanere sul mercato. Perché l'attenzione alla sostenibilità non è un tratto distintivo solo della clientela nord-euro-

pea, da sempre più sensibile a queste tematiche, lo sono anche gli italiani. Il grande salto si è fatto poi dopo il Covid, che ha accelerato questa tendenza a tutti i livelli, soprattutto tra i giovani che scelgono l'hotel anche in base al suo impegno nella riduzione dei consumi”.

### La bioedilizia è differente

Qualunque struttura ricettiva può migliorare il proprio impatto sull'ambiente, ma il cammino da intraprendere cambia profondamente a seconda si tratti di un edificio già presente sul mercato o di una struttura di nuova costruzione, che quindi viene progettata seguendo tecniche di bioedilizia.

“Da una parte – sottolinea Patrizia Rinaldis, presidente di Federalberghi

Rimini – ci sono le nuove strutture nate già con un'impronta green e poi ci sono quelle già operanti sul mercato, che hanno intrapreso un percorso verso la sostenibilità e procedono a piccoli passi, con interventi graduali. Per questi alberghi la strada è più in salita, perché è un'operazione che andrebbe affiancata dalle facilitazioni da parte del pubblico. Si pensi, ad esempio, alle difficoltà che si incontrano sotto il profilo delle autorizzazioni per l'installazione dei pannelli fotovoltaici sui tetti: ci vorrebbe una strategia di più ampio respiro per facilitare questa transizione”.

### Il ruolo dello staff

Senza un'adeguata formazione del personale, poi, anche l'hotel più green rischia di raggiungere risultati non all'altezza delle aspettative.

“Il percorso verso la sostenibilità – interviene Paolo Manca, presidente di Federalberghi Sardegna – non passa soltanto dall'installazione di condizionatori inverter, o dai sistemi di irrigazione a goccia per razionalizzare il consumo dell'acqua. Oltre agli investimenti strutturali, bisogna anche puntare sul personale, sulla sensibilizzazione dello staff, che deve assorbire e metabolizzare le nuove abitudini”. Qualche esempio? “Si va dall'adozione delle borracce alla riduzione della carta nel back office, sino al cambio dei fornito-

*Segue a pag. 14* ►



ri. Sono passaggi altrettanto importanti, che passano necessariamente attraverso una profonda analisi dei comportamenti personali”.

### Armonia naturale

Nel settore alberghiero non mancano campioni di sostenibilità. È il caso, ad esempio, del CampZero Resort a Champoluc, ai piedi del Monte Rosa, in Valle d'Aosta, una struttura alberghiera che fa della simbiosi tra design e natura la sua cifra distintiva. Il resort si caratterizza per essere stato realizzato con la massima attenzione alla sostenibilità e privilegiando materiali naturali come il legno. È un luogo in cui natura, dimensione sportiva e tecnologia si fondono e dove lo skyline discontinuo dell'edificio si armonizza con i boschi e le montagne del contesto.

## L'iperefficienza secondo Schneider

Schneider Electric, società che opera nella trasformazione digitale della gestione dell'energia e dell'automazione, punta su nuove soluzioni per gli 'hotel del futuro'. Come EcoStruxure, ad esempio, architettura e piattaforma abilitata per tecnologie IoT, pronta all'uso, aperta e interoperabile. Ha la finalità di migliorare la sicurezza, l'affidabilità, l'efficienza, la sostenibilità e la connettività nell'impresa, consentendo una trasformazione digitale che ottimizza costi e tempi di progettazione e manutenzione, oltre che una riduzione sino al 50 per cento dell'impronta di carbonio. “L'obiettivo è fare iperefficienza - sostiene Andrea Natale, business development e marketing manager digital energy Europe operations di Schneider Electric -. C'è un tema di connettività all'interno delle strutture, perché la tecnologia che garantisce l'efficienza operativa energetica ha bisogno di un'infrastruttura di comunicazione che consenta a tutti gli impianti di funzionare in maniera adeguata per erogare i servizi ai propri ospiti, e di farlo prima che inizi l'esperienza del cliente, poiché oggi la reputazione alberghiera è molto legata ai commenti dell'ospite”. L'azienda opera su più fronti, sia con committenti che gestiscono le strutture o che sono proprietari, sia con il settore del real estate, “che vede nella struttura ricettiva - afferma Natale - un asset immobiliare su cui investire in tecnologia e in ristrutturazione, per poi passarla in gestione, e il fatto di offrire una struttura con bassi consumi operativi consente di affittarla o venderla a un prezzo più alto”. Quindi la tecnologia energetica può valorizzare l'edificio anche in una fase di contrattazione immobiliare. S.P.



## Clorofil, il calcolatore della sostenibilità

Comprendere e calcolare l'impatto ambientale della propria impresa è un processo complesso e non sempre chiaro. Majorian, piattaforma all-in-one multiservizi, ha creato Clorofil, un calcolatore pensato per il comparto hotellerie e ristorazione. Un sistema che si basa su tre principi: misurare, ridurre e contribuire. Ma che mira soprattutto a sensibilizzare e informare i professionisti del settore ricettivo e della ristorazione e i loro clienti sugli sforzi compiuti dalle strutture in materia di transizione ecologica. Con il calcolatore integrato il portale web Clorofil permette di partecipare attivamente allo sforzo collettivo di neutralizzare l'impatto ambientale entro il 2050 (secondo Accordi di Parigi, Cop21), misurando gratuitamente le emissioni di gas serra prodotte dalle proprie imprese. La piattaforma Clorofil.eco, intuitiva, è stata sviluppata in partnership con ClimateSeed, ente esperto nella misurazione e nella riduzione di Co2, e consente di misurare l'insieme delle emissioni, dirette e indirette, generate dalla propria struttura in base a 5 macrocategorie: energia, acquisti, rifiuti, prestazioni legate a hotellerie/ristorazione, mobilità.

# VOI LE MUSE RESORT: LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DEGLI OSPITI



**A**ffacciato sull'incredibile Costa degli Dei, sorge il **VOI Le Muse Resort**: 4 ettari di pace e benessere di fronte all'isola di Stromboli. Interamente ristrutturato nel 2022, oggi il Resort conta 80 unità indipendenti, che offrono agli Ospiti privacy e tranquillità.

**Luca Tasso, Direttore operativo VOI Hotels - Gruppo Alpitour:**

*"Dal punto di vista della tecnologia siamo intervenuti per introdurre tutti gli standard ormai indispensabili per i nostri alberghi, quindi la connettività Wi-Fi dedicata in ogni camera, l'IPTV e la predisposizione per una futura transizione verso una camera intelligente più evoluta.*

*Poter contare su partner come TP-Link e Willo è sicuramente stata uno dei fattori decisivi per poter realizzare nei tempi previsti le opere e, soprattutto, realizzarle secondo le nostre esigenze. Da questo rinnovamento ci aspettiamo che il nostro posizionamento in Calabria acquisti maggior pregio."*

Le Muse Resort è entrato a far parte della catena alberghiera del **Gruppo Alpitour VOI Hotels** due anni fa. La

struttura ha subito un importante intervento di ristrutturazione, che ha riguardato anche gli aspetti tecnologici. Non era infatti presente un'infrastruttura di rete, che è stata progettata e realizzata da zero dopo un'attenta analisi svolta in loco. Per questo indispensabile rinnovamento il Cliente si è affidato alla competenza di **Willo**, azienda specializzata nella fornitura di servizi di connettività, e all'affidabilità della soluzione business wireless **TP-Link Omada SDN**, che integra una gamma completa di dispositivi di rete professionali con gestione centralizzata in Cloud.

Il progetto ha previsto la messa in opera un'**infrastruttura GPON** per la gestione delle connessioni nelle camere e di un'infrastruttura tradizionale per la gestione dei servizi necessari presso la reception, l'anfiteatro, il bar, il ristorante e la spiaggia.

Sull'infrastruttura GPON viaggiano telefonia VoIP, Wi-Fi dedicato per gli Ospiti, canali televisivi satellitari, servizi personalizzati pubblicizzati tramite il monitor TV, oltre che tutti quei dati tramite i quali vengono gestiti i servizi

di struttura, quali domotica, controllo accessi e monetica.

La copertura Wi-Fi è garantita da circa **100 Access Point**, supportati dagli **Switch Omada** dotati di **porte ottiche a 10Gigabit**. In ognuna delle **80 camere** è stato installato un Access Point che fornisce connessione Wi-Fi dedicata ad ogni stanza, mentre nelle aree comuni sono presenti **Access Point Wi-Fi 6** da interno ed esterno per garantire connessioni fluide anche negli ambienti ad alta densità di client connessi contemporaneamente, come piscina, ristorante e bar. L'intera rete è gestita dal **Software Controller Omada**, che consente di verificare in ogni istante da remoto il corretto funzionamento della rete, di aggiornare i firmware e cambiare le configurazioni dei device qualora fosse necessario. In questo modo risulta ancora più semplice gestire il network, anche in maniera proattiva.

**Francesco Elia, Amministratore Unico di Willo:**

*"Uno dei vantaggi che abbiamo maggiormente apprezzato della soluzione TP-Link Omada SDN è stata la possibilità di gestire in maniera centralizzata tutti i servizi IT. Omada ci permette infatti di agire nel modo più semplice possibile su tutta l'infrastruttura di rete, anche in maniera proattiva grazie agli alert ricevuti dal nostro sistema di monitoraggio, che ci consentono di interfacciarci direttamente con il manutentore del Resort. Andare ad effettuare modifiche da remoto consente di risolvere in anticipo problemi che potrebbero invece ricadere sui clienti. Inoltre il team di TP-Link Italia ci ha offerto un supporto molto valido sia in fase di progettazione che di affinamento di tutte le impostazioni necessarie al buon esito del progetto."*



# Il lusso che verrà: trend 2023

I nuovi concept che si fanno strada nel segmento alberghiero di alta gamma per rispondere alle richieste dei viaggiatori contemporanei. Dall'Iltm di Cannes le principali tendenze e le previsioni



DI CRISTINA PEROGLIO

**U**n turista diverso, che sceglie vacanze più lunghe, ama meno il concetto di privacy e seclusion, vuole sempre di più potersi giovare del consiglio e dell'assistenza di un travel consultant e guarda con rinnovato interesse alle proposte degli hotel.

Le tendenze del luxury travel per il 2023 sono state raccontate nel corso di Iltm 2022 a Cannes, grazie allo studio "Buzz vs. Reality – Edition 2", realizzato dalla stessa Iltm in collaborazione con American Express.

## QUEL CHE RESTA

Fra le tendenze più spiccate, il viaggiare meno ma per una durata più lunga e concedendosi qualcosa in più. Il viaggiatore di lusso del 2023 preferirà effettuare magari meno viaggi, rimanendo, però, per un tempo più lungo in una destinazione. E tutte le cose che farà desidera siano nuove esperienze.

Una particolare attenzione sarà, quindi, riservata al wellness, concepito come momento di abbandono dello stress e dedicato alla 'decompressione', per mantenere la salute e la sicurezza,

due richieste che continuano a permanere fortemente nelle richieste dei viaggiatori.

## QUELLO CHE SCOMPARE

Secondo lo studio, invece, alcuni trend che si sono manifestati fino al 2022 sono destinati a lasciarci. Il viaggiatore di lusso del futuro non dà così tanta importanza alla privacy e all'isolamento, ma sicuramente non vuole più dedicarsi a viaggi che lo facciano saltare da un posto all'altro lasciandogli una conoscenza superficiale della destinazione.

Si è stancato anche delle vacanze local o regional, che avevano assunto un ruolo rilevante durante e subito dopo la pandemia: il 57% dei partecipanti all'indagine che supporta lo studio dichiarano di voler visitare posti nuovi e fare nuove esperienze. Insieme all'amore per le vacanze 'vicine' se ne va anche quello per le location familiari: è tornato l'amore per la scoperta, sempre che non costringa a vacanze troppo attive. E l'albergo torna di moda.

C'è nell'aria bisogno di relax e di ritmi lenti, ognuno con il suo tempo. Tanto è vero che sembra essere diminuito il potere di convincimento degli

influencer: quello che si cerca è una vacanza che rappresenti se stessi, non che imiti qualcun altro.

## CHE COSA EMERGE

Così, sono in crescita i viaggi di famiglia se non quelli multigenerazionali, e il revenge travel continua a farla da padrone, con la sensazione di dover recuperare il tempo perduto. Un tempo che si vuole sia ben riposto: aumentano le prenotazioni in anticipo (il 60% dei partecipanti all'indagine confermano di voler prenotare con ampio margine) e la ricerca di un esperto che metta al sicuro il tempo riconquistato.



L'agente di viaggi come sicurezza, sia nel caso accada qualche contrattempo, sia utilizzato come esperto sulla destinazione, torna prepotentemente in scena.

Cresce anche la spesa per i viaggi, a condizione che siano realizzati con attenzione alla sostenibilità: il 90% degli intervistati è sensibile ai temi del rispetto ambientale e dello sviluppo di territori e comunità che andrà a visitare.

# Fri-Tur: nuovo incentivo per le strutture ricettive

Un miliardo e 380 milioni dal Fondo rotativo per il sostegno alle imprese del turismo, promosso dal Ministero e gestito da Invitalia e rivolto in particolare agli alberghi che puntano su sostenibilità, digitalizzazione e riqualificazione energetica. L'1 marzo il via alle domande



**C**on una dotazione di un miliardo e 380 milioni di euro parte il nuovo incentivo per favorire un salto di qualità delle strutture ricettive italiane. Si chiama Fri-Tur (Fondo rotativo imprese per il sostegno alle imprese e gli investimenti di sviluppo nel turismo), ed è promosso dal ministero del Turismo e gestito da Invitalia.

Le domande possono essere presentate dalle ore 12 del 1° marzo sino alle ore 12 del 31 marzo 2023, mentre, dal 30 gennaio, è già accessibile la piattaforma web di Invitalia per scaricare la documentazione.

L'incentivo – Misura MIC3 investimento 4.2.5 del Pnrr – è previsto nell'ambito del sistema di fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche, di titolarità del ministero del Turismo. Si rivolge, tra gli altri, ad alberghi, agriturismi, stabilimenti balneari e termali, strutture ricettive all'aria aperta, porti turistici, imprese del settore fieristico e congressuale.

Sono richiesti investimenti medio-grandi, compresi tra 500mila e 10 milioni di euro, che puntano sulla sostenibilità e sulla digitalizzazione, in particolare sulla riqualificazione energetica e antisismica. Altri interventi agevolabili sono: eliminazione delle barriere architettoniche, manutenzione straordinaria, realizzazione di piscine termali, acquisto o rinnovo di arredi.



Due le forme di agevolazione: contributo diretto alla spesa, concesso dal ministero del Turismo, e un finanziamento agevolato, da Cassa Depositi e Prestiti. Entrambe le agevolazioni verranno concesse sulla base della valutazione dei progetti, affidata a Invitalia. Al finanziamento agevolato

dovrà essere abbinato un finanziamento bancario a tasso di mercato di pari importo e durata, erogato da una banca che aderisce alla convenzione firmata da ministero del Turismo, Abi e Cdp; si prevede, pertanto, un ulteriore apporto di 600 milioni di euro da parte del mondo bancario, pari alla somma stanziata per il finanziamento agevolato concesso da Cassa Depositi e Prestiti, che porta la dotazione complessiva della misura a quasi 1,4 miliardi di euro.

“Una misura – ha sottolineato Daniela Santanchè, ministro del Turismo – che prevedeva uno stanziamento di 180 milioni (risorse Pnrr fondi Next Gen Ee), ma che è stato integrato con 600 milioni deliberati dal Cipess concessi a Cdp, ai quali si affiancano prestiti di pari importo e durata erogati dal settore bancario a condizioni di mercato. Questo consentirà alle nostre imprese di essere maggiormente competitive e al passo con i continui cambiamenti del settore”.



# Entertainment in hotel: più smart e tailor made

Dalle tv in camera alle musiche per gli eventi, l'impegno degli alberghi per innovare l'offerta. Lounge e sale meeting si trasformano in ambienti multimediali per il lavoro e lo svago

DI GAIA GUARINO

**G**li hotel sono realtà dinamiche e in costante cambiamento. Chi oggi continua a considerarli soltanto un luogo dove riposare e trascorrere non più di qualche ora, evidentemente non ha mai avuto il piacere di scoprire i plus che le strutture ricettive possono offrire ai propri ospiti. Dal relax in una spa per rigenerare corpo e mente a un buon caffè servito in un elegante bar nella lobby, passando per un rooftop con piscina da cui perdersi in un suggestivo skyline cittadino... Eppure, il ventaglio di possibilità di intrattenimento che propongono gli alberghi è molto più ampio di quanto si possa immaginare: si tratta di servizi che si muovono stando al passo con le nuove tecnologie e che necessitano di costanti aggiornamenti per non deludere le aspettative della clientela più esigente e hi-tech.

Tanto gli ambienti comuni quanto le camere si trasformano per diventare dei piccoli 'teatri' a disposizione di chi consideri lo stare in hotel una priorità durante le proprie vacanze. Inoltre, non bisogna dimenticare di tutto il segmento Mice, che non può fare a meno di impianti audio, schermi e attrezzature



all'avanguardia. Così come i festeggiamenti di chi sceglie un hotel per il proprio ricevimento nuziale, un compleanno o una ricorrenza da ricordare per sempre.

“In questo momento si stanno organizzando tanti matrimoni – spiega Antonio Vianello, titolare dell'Hotel Villa Mabapa, a Lido di Venezia, e vicepresidente vicario dell'Associazione Veneziana Albergatori –, e, se in passato la musica era qualcosa che non tutti gradivano, adesso è d'obbligo. Negli alberghi, quando si prepara un evento,

bisogna cambiare l'allestimento, ed è necessario che ci sia qualcosa di nuovo, attrattivo e studiato per l'occasione”.

Il contesto attuale ci obbliga a guardare all'intrattenimento in hotel con la consapevolezza che la pandemia abbia inevitabilmente alterato gli equilibri ai quali eravamo abituati, è diminuito l'entusiasmo per le occasioni d'incontro eccessivamente caotiche e si è iniziato a preferire uno stile più intimo e riservato che ha esaltato il ruolo delle apparecchiature elettroniche. “Pur non avendo bisogno di grandi innovazioni – aggiunge Vianello –, le strutture hanno rinnovato gli apparecchi televisivi, proponendo schermo piatto con offerta on-demand e smart tv di ultima generazione con cui il cliente può, inserendo un codice, fruire di tutto il pacchetto”.

Addio, dunque agli spazi condivisi e largo a un entertainment su misura. Le smart tv, per esempio, stanno spopolando perché regalano 'distrazioni' personalizzate con mezzi ultramoderni. Per quanto riguarda le sale eventi e le lounge, i televisori connessi a internet sono utilizzati per creare un'immersione visiva che attiri l'attenzione dei partecipanti a una riunione o a una convention, e li farà svagare durante le pause.

“Anche le camere degli hotel stanno diventando tecnologiche, con l'utilizzo di smart tv che danno accesso a una maggiore selezione di contenuti anche informativi, e la possibilità di controllare la televisione tramite device mobili – illustra Stefano Mandò, responsabile commerciale Fas Italia, società di forniture alberghiere –. In termini di novità alcune aziende hanno iniziato a presentare soluzioni per la creazione e la gestione di contenuti tailor made in base al proprio target”.

## Canone Rai e tariffe Siae: le novità

**Gli importi del canone speciale Rai per il 2023 non hanno subito variazioni rispetto a quanto stabilito per lo scorso anno, sia nell'importo che nelle modalità di pagamento. Su base trimestrale, semestrale o annuale, gli importi variano a seconda della categoria alberghiera o della tipologia di alloggio, del numero di camere e di quello dei televisori in dotazione nelle strutture. La Siae ha, invece, fissato nuove tariffe per la musica d'ambiente, valide per il 2023. I compensi, fissati in base alla consistenza del solo repertorio amministrato da Siae, sono stati aumentati dell'8% per effetto degli incrementi Istat relativi al periodo ottobre 2021-settembre 2022. In base all'accordo stipulato con Siae, i soci di Federalberghi hanno diritto a uno sconto sui compensi pari al 30%.**

## FEBBRAIO

● 12 - 14

### JGTDUBAI

www.jgtdubaijewelleryshow.com

● 13 - 15

### KOINÉ

www.koinexpo.com

● 19 - 22

### BEER & FOOD ATTRACTION

www.beerattraction.it

● 19 - 22

### BBTECH EXPO

www.bbtechexpo.com

● 22 - 24

### MY PLANT & GARDEN

Fiera Milano  
https://myplantgarden.com/

● 23 - 26

### ABILMENTE PRIMAVERA

www.abilmente.org

## MARZO

● 14 - 16

### ENADA PRIMAVERA

www.enada.it

● 14 - 16

### RIMINI AMUSEMENT

www.riminiamusement.it

● 16 - 19

### ABILMENTE TORINO

Torino Lingotto  
www.abilmente.org/it/torino

● 22 - 24

### K.EY

www.keyenergy.it

● 22 - 24

### DPE - DISTRIBUTED POWER EUROPE

www.dpeurope.it

● 30 - 01

### CHENGDU INTERNATIONAL ENVIRONMENTAL PROTECTION EXPO

Chengdu, Cina  
www.cdepe.com/eng

## APRILE

● 02 - 04

### MIR TECH

LIVE ENTERTAINMENT EXPO  
www.musicinsiderimini.it

## MAGGIO

● 03 - 05

### MACFRUT

www.macfrut.com

● 03 - 05

### FIERAVICOLA

www.fieravicola.com

● 05 - 07

### EXPO BEACTIVE TRAVEL - ADVENTURE - SPORT

www.expobeactive.it

● 10 - 12

### SIGEP CHINA

Shenzhen, Cina  
www.sigep.it

● 13 - 16

### OROAREZZO

Arezzo Fiere  
www.oroarezzo.it

● 17 - 18

### FOCUSON PCB

www.focusonpcb.it

● 18 - 20

### EXPODENTAL MEETING

www.expodental.it

● 26 - 28

### ECOMONDO MEXICO

Guadalajara, Messico  
https://hfmexico.mx/ecomondo/en/

## GIUGNO

● 01 - 04

### RIMINIWELLNESS

www.riminiwellness.com

## LUGLIO

● 06 - 08

### ORIGIN

PASSION AND BELIEFS  
Fiera Milano  
www.originfair.com

## AGOSTO

● 20 - 25

### MEETING

www.meetingrimini.org

## SETTEMBRE

● 08 - 12

### VICENZAORO SEPTEMBER

www.vicenzaoro.com

● 21 - 24

### ABILMENTE ROMA

www.abilmente.org/it/roma

● 28 - 01

### ABILMENTE TORINO

www.abilmente.org/it/torino

## OTTOBRE

● 11 - 13

### TTG

www.ttgexpo.it

● 11 - 13

### SIA

www.siaexpo.it

● 11 - 13

### SUN

www.sunexpo.it

● 11 - 13

### GREENSCAPE

www.greenscape.it

● 19 - 22

### ABILMENTE AUTUNNO

www.abilmente.org

● 24 - 25

### IBE DRIVING EXPERIENCE

www.expoibe.com

● 25 - 27

### A&T NORD EST

www.vicenza.aetevent.com

● 26 - 29

### BRASIL TRADING FITNESS FAIR

São Paulo, Brasile  
https://btff.com.br/

## NOVEMBRE

● 02 - 05

### ABILMENTE MILANO

www.abilmente.org/it/milano

● 07 - 10

### ECOMONDO

www.ecomondo.com

● 24 - 26

### PESCARÉ SHOW

www.pescareshow.it

● 24 - 26

### DUBAI MUSCLE SHOW

Dubai  
www.dubaimusclshow.com

### UAE - EXERCISE PROFESSIONALS

Dubai  
www.dubaiactiveshow.com/ep-summit/

### DUBAI ACTIVE INDUSTRY

Dubai  
www.dubaiactiveshow.com/trade/





FOR.TE. FONDO NUOVE COMPETENZE

# Percorsi professionali

Sino al 28 febbraio sarà possibile, attraverso la piattaforma Pga, presentare i progetti relativi all'Avviso 5/22 del Fondo Nuove Competenze, nato per contrastare gli effetti dell'emergenza sanitaria e ripensato per adeguare le competenze dei lavoratori, destinando parte dell'orario alla formazione. Cofinanziato dal Fondo sociale europeo, l'Fnc è gestito da Anpal (Agenzia nazionale politiche attive del lavoro) e prevede uno stanziamento totale di un miliardo di euro, e fino a 10 milioni per singola azienda. Rimborsa il 60% del costo orario impiegato per la formazione dei lavoratori, e, per ogni lavoratore, si potranno finanziare da 40 a 200 ore di formazione. Per partecipare, le aziende devono aver sottoscritto accordi per la rimodulazione degli orari di lavoro, finalizzati alla realizzazione, nel 2023, di percorsi formativi di accrescimento delle professionalità sui temi del digitale e dell'ecologia. I progetti dovranno avere, come obiettivo, il miglioramento delle competenze riferibili alle classificazioni delle competenze internazionali: digitali con riferimento al framework europeo DigComp 2.1; digitali specialistiche con riferimento alla classificazione europea e-Competence Framework 3.0; su transizione ecologica con riferimento alla classificazione Esco (European skills, competences, qualifications and occupations). For.Te. e gli altri fondi interprofessionali avranno un ruolo di garanzia rispetto alla qualità dei percorsi formativi e alle metodologie utilizzate, con particolare attenzione a certificazione e attestazione delle competenze.

ADEGUARE LE  
COMPETENZE  
DEI LAVORATORI  
DESTINANDO  
PARTE  
DELL'ORARIO ALLA  
FORMAZIONE

UN CALENDARIO DI INCONTRI

## Prende il via Job Day Sardegna



Prende il via 'Job Day Sardegna', ciclo di eventi e incontri sul territorio, dedicati all'incontro tra domanda e offerta di lavoro, alla formazione professionale e all'orientamento di chi è alla ricerca di una nuova occupazione.

L'iniziativa prevede sei appuntamenti organizzati dall'assessorato regionale del Lavoro, dall'Agenzia sarda per le politiche attive del lavoro (con i Centri per l'impiego), che si svolgeranno tra febbraio e

marzo. Questo il calendario: 2 febbraio Sassari; 14 febbraio Olbia; 28 febbraio; 7 marzo Oristano; 16 marzo Tortoli; 30 e 31 marzo Cagliari. I Job Day sono rivolti a tutte le imprese che cercano lavoratori in Sardegna. Le aziende avranno la possibilità di pubblicare le proprie offerte di lavoro, usufruire di un servizio di preselezione messo a disposizione gratuitamente dall'Aspal e avere uno stand fisico o virtuale per i colloqui con i candidati. A loro disposizione una sezione dedicata sul sito web ufficiale per presentarsi ai candidati con una breve descrizione. Le aziende che utilizzeranno uno stand virtuale potranno visionare l'elenco dei curricula idonei e convocare i candidati per un colloquio anche nei giorni successivi all'evento.

I futuri lavoratori saranno supportati nel percorso di scoperta delle proprie attitudini e competenze con strumenti utili alla ricerca di un'occupazione, rivolti anche a chi è uscito dal mondo del lavoro. Negli eventi Job Day Sardegna sono previste attività di orientamento e approfondimenti sull'offerta formativa presente nel territorio.

WELFARE AZIENDALE

## La partnership di Gruppo Una



Gruppo Una investe sul welfare aziendale stringendo una nuova partnership con Tantovago, digital company specializzata nella creazione di contenuti ed esperienze attraverso piattaforme online. L'obiettivo è supportare iniziative volte al benessere dei dipendenti, che possono così disporre di un credito welfare e scegliere tra opzioni di soggiorno negli hotel delle collezioni Una Esperienze, Unahotels e Unaway presenti nella Penisola.

“La collaborazione con Tantovago – ha commentato Fabrizio Gaggio, direttore generale Gruppo Una – ci permette di offrire un contributo concreto alle iniziative di welfare aziendale, diventate imprescindibili per soddisfare le nuove esigenze dei lavoratori, tenendo sempre in conto valori legati al benessere del personale e alla ricerca di equilibrio tra vita professionale e privata”.

Negli anni Tantovago si è evoluto ampliando il proprio catalogo con servizi di welfare per la conciliazione vita-lavoro: “Gruppo Una è per noi un partner importante – ha sottolineato il cofondatore Luca Rossi –, che ci permette di offrire l'hotellerie italiana di alto livello ai dipendenti, con un credito welfare, semplificando il processo di acquisto, che avviene direttamente sul portale”.

# Luxury Bike Hotels: turismo a valore aggiunto

Di scena il cicloturismo a cinque stelle, tra natura e storiche dimore. In programma un evento per l'Oscar italiano alle "vie verdi", che premia le più virtuose strategie di promozione delle vacanze su due ruote

DI BARBARA BONURA

**I**l mondo di Luxury Bike Hotels, il brand che vanta la collezione di relais e strutture ricettive di alta gamma che si distinguono per la capacità di offrire servizi d'eccellenza e su misura per chi ama esplorare i territori in bicicletta, si è dato appuntamento a Milano il 13 febbraio per un cocktail informale con le ideatrici del brand, Ludovica Casellati e Silvia Livioni.

Un'occasione per scoprire le motivazioni che hanno calamitato le scelte

di molti alberghi noti ed affermati – tra cui dimore esclusive, wellness spa e castelli – che si sono affiancati ad altre strutture per puntare sul mercato del cicloturismo e sul valore aggiunto che esso rappresenta, anche fuori stagione.

Nella mattinata della stessa giornata si svolgerà, poi, la presentazione dell'edizione 2023 dell'Oscar Italiano del Cicloturismo, programmata negli ambienti della Bit di Milano alla presenza del ministro per lo Sport e i Giovani, Andrea Abodi. Giunto alla sua ottava edizione, il premio viene



Ludovica Casellati con il giornalista Marino Baratoletti alla scorsa edizione dell'Oscar, a Matera

assegnato ogni anno alle "vie verdi" di quelle regioni che promuovono la vacanza su due ruote con servizi mirati al turismo lento. Ad assegnarlo sarà una giuria composta da esperti del settore e di ospitalità, opinion leader e giornalisti, e presieduta dalla stessa Ludovica Casellati.



## I requisiti per entrare nel circuito Lbh

Nato dall'idea di considerare che c'era un turismo fuori stagione e alto-spendente da mettere in contatto diretto con strutture adatte a questo profilo di utenza, Luxury Bike Hotels è un portale che integra, nella sua vetrina, alberghi di lusso in ogni territorio della Penisola italiana, che offrono servizi top per vacanze outdoor sportive sulle due ruote. Una delle mission è potenziare l'azione di destagionalizzazione, considerando anche che il cicloturismo si pratica più intensamente nei mesi meno caldi. I requisiti di base Lbh sono valutati con un rating in 'ruote', da un minimo di 3 a un massimo di 5. Non basta essere un hotel lusso, ma occorre disporre di requisiti specifici, quali, ad esempio, la bike room, per custodire le bici e dare assistenza meccanica, un service esterno di noleggio e guide e una certa flessibilità oraria per la ristorazione, consona a coloro che effettuano lunghe escursioni. Elemento importante è che la struttura sia già rodada in termini di rapporti con il territorio, in modo da consentire al cicloturista la possibilità di scegliere itinerari studiati e ben definiti, che integrino la natura e i luoghi di maggior interesse della zona.



# Lavori in corso per la qualità



## TP-LINK, PROGETTO DI RETE

Soluzioni di connettività a tutto tondo a supporto delle attività di alberghi, spa e centri benessere. A fronte di un progetto di rete da realizzare, un team tecnico Tp-Link Italia specializzato guida il cliente in ogni fase di progettazione dell'infrastruttura, dalla scelta dei dispositivi più adatti alle esigenze di rete alla prima configurazione, fornendo supporto pre e post vendita e la collaborazione di partner presenti sul territorio nazionale. L'obiettivo è offrire: sicurezza e stabilità della rete per garantire la continuità delle attività e la protezione dei dati degli ospiti; possibilità di customizzare la pagina di log-in alla rete wi-fi; prodotti tecnologici di design che possano integrarsi armoniosamente con lo stile architettonico della struttura. Gestione intuitiva della rete con costi di mantenimento contenuti.



## IL LEGNO SECONDO RUBNER

Strutture in legno lamellare, pannelli prefabbricati per tetti e pareti, facciate in legno e vetro o involucri edilizi completi. Sono le soluzioni costruttive di Rubner Holzbau, che si occupa della progettazione completa, dal sistema portante alla struttura complessa, dal kit di montaggio alla soluzione chiavi in mano, inclusi i dettagli e la programmazione dei lavori, del coordinamento dei cantieri con i relativi specialisti o anche solo della produzione, della fornitura e del montaggio. Grazie al livello di prefabbricazione dei componenti in legno, viene assicurata la realizzazione di ogni progetto nel più breve tempo possibile. Progettisti strutturali, ingegneri, responsabili di progetto e personale esperto sono impegnati in tutte le fasi del lavoro, dal taglio della materia prima all'assemblaggio fino al trasporto.



## IL NUOVO SOFTWARE MAPEI PER PROGETTARE

Mapei Structural Design è il software ideato da Mapei e sviluppato in collaborazione con Eucentre, centro d'informatica e ricerca internazionale nel settore dell'ingegneria sismica e strutturale, che consente di ottenere calcoli precisi e affidabili nei progetti di rinforzo strutturale. Disponibile gratuitamente sul sito web dell'azienda e accessibile da pc, tablet o smartphone, senza necessità di installazione, il sistema è pensato per favorire professionisti e operatori. I calcoli sono basati sulle più recenti normative di riferimento internazionali e possono essere eseguiti in ufficio e salvati all'interno del proprio account personale. In ogni momento, il progetto può essere modificato o revisionato in cantiere tramite smartphone o tablet; sul sito web è anche possibile scaricare la versione aggiornata, disponibile in italiano, inglese e spagnolo.



## I PANNELLI FONOASSORBENTI ROCKFON

Rockfon Blanka ha una superficie in bianco estremo, liscia e matt, che garantisce una diffusione della luce naturale nell'ambiente superiore al 99%, contribuendo al risparmio energetico e alla realizzazione di ambienti interni salubri e confortevoli. I pannelli sono multidirezionali e consentono una messa in opera facile e veloce. Resistente alla polvere e alle manipolazioni, per una buona tenuta nel tempo dell'aspetto estetico, è lavabile con panno umido o aspirapolvere. Ha inoltre una resistenza all'umidità relativa del 100%. Per un'estetica ideale, è suggerito l'abbinamento del pannello alla struttura Chicago Metallic Matt White, bianca, opaca e minimal. Le soluzioni fonoassorbenti in lana di roccia proposte hanno l'obiettivo di contribuire, in ambito Horeca, alla creazione di ambienti confortevoli e in armonia con il progetto architettonico.

## ABITO HOLZ: COSTRUZIONI ANTISISMICHE

Il legno si caratterizza per un elevato rapporto di resistenza specifica, e tale caratteristica permette alle costruzioni di essere particolarmente adatte per le zone sismiche, dove la sollecitazione è proporzionale alla massa dell'edificio. È quanto evidenzia la Abito Holz, che studia e sviluppa le strutture ricettive alberghiere per garantire buoni risultati a livello di costo-beneficio, oltre che flessibilità degli spazi architettonici dell'opera. Le strutture vengono realizzate prevalentemente con orditura portante in legno costituita da solai in x-lam e da elementi verticali misti con parete in legno e orditura lamellare a travi e pilastri. Le impostazioni strutturali vengono ingegnerizzate a seguito dell'approfondimento e del coordinamento di tutte le tematiche tecniche sensibili, e anche in corso d'opera l'azienda monitora costantemente il cantiere eseguendo prove con termocamera.

Segue a pag. 24 ►



### LE SUPERFICI DECORATIVE ISOPLAM

Terrazzooverlay è la superficie decorativa che permette di riprodurre in un basso spessore, di soli 4-8 mm, la tipica texture del terrazzo alla veneziana. Un classico della creatività nell'architettura e decorazione di interni interpretato da Isoplam in una soluzione versatile: la possibilità di personalizzare la miscela di marmo italiano, anche con l'aggiunta di inserti in madreperla e pietre naturali, permette di realizzare pavimenti ogni volta diversi e unici, moderni e ricercati ma al tempo stesso resistenti. Disponibile sia in versione levigata e lucida che ruvida, satinata, bocciardata e antiscivolo, la superficie resiste anche al traffico intenso, richiede una minima manutenzione ed è facile da pulire, perché a superficie continua, senza fughe o giunti.



### ARTE BROTTO: BOISERIE MODULARI 3D

Soluzioni modulari per rivestire pareti ed elementi di arredo con effetti tridimensionali, in solo legno o in abbinamento con altri materiali, come marmo e metalli. La boiserie modulare Azalea 3D è il risultato creativo, di Arte Brotto, della simbiosi fra le trame di Tribeca 3D e il pavimento Azalea di Foglie d'Oro. Il design, astrazione geometrica di forme naturali, può essere scelto nella sua versione in solo legno di noce o rovere o nella versione Art, che gioca con l'incontro tra il legno e gli inserti in marmo. La ricchezza estetica permette di ottenere composizioni ogni volta personalizzate, garantendo al tempo stesso facilità di progettazione e installazione. Gli elementi sono costruiti con uno strato di massello nobile con lavorazione a bassorilievo. Vengono forniti a elementi a petalo singolo, e ogni elemento floreale completo è composto da 6 petali. Il fissaggio a muro può essere fatto su listelli di legno che consentono di distanziare le pannellature, agevolando il normale passaggio di aria e nascondendo possibili cavi esterni al muro, oppure ad incollaggio diretto.



### LA REGIA UINICA DI STP

Bioedilizia in incremento, che alza il valore della struttura, abbinata a una regia unica. È la regola di Stp. "Gli albergatori chiedono che ci occupiamo noi di tutto e nei tempi dovuti - afferma Alessandro Magnaguagno, marketing e brand reputation -. Apprezzano che ci sia sintonia tra i vari fornitori che lavorano sull'albergo". Le strutture multipiano in legno sono fra le protagoniste di molte località turistiche, e l'azienda realizza e amplia hotel in legno. Per le costruzioni utilizza pannelli multistrato di abete incollati tra loro con colle naturali e prive di formaldeide; le proprietà strutturali del pannello in Clt permettono la realizzazione di qualsiasi tipo di struttura in legno, compresi gli edifici multipiano e di grandi dimensioni.

# Il green design di Open

A Rimini un nuovo lifestyle hotel, progettato e arredato Lago per creare atmosfere architettoniche dallo stile innovativo e da una spiccata impronta sostenibile

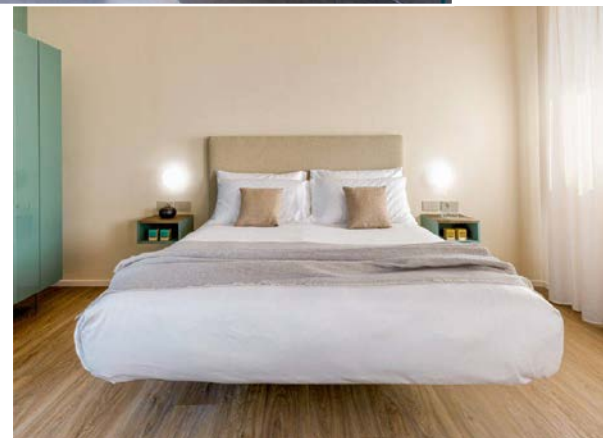
Linee contemporanee ed eleganti e cenni volumetrici per il nuovo 'Open.Hotel' di Rimini. Una struttura ricettiva di design al centro dei diversi ecosistemi della città: la spiaggia, il mare e la vita notturna. Sviluppato su quattro livelli, l'edificio è stato progettato e arredato da Contract Lab, la divisione progettuale nata dalla partnership tra Lago e Mad051, in collaborazione con Isabella Matteini, co-owner della struttura.



amano i dettagli, la qualità dei servizi e delle relazioni.

Gli interni sono delineati da arredi di design dalle linee contemporanee, ambienti con cenni volumetrici e soluzioni estetiche indirizzate a un comfort di lusso.

Il piano terra ospita la hall, un punto focale e centro di attività per i visitatori dell'hotel. Il tocco distintivo di questa area è dato da un legno centenario che collega, con un percorso visivo e tattile, la reception, la zona bar e la sala colazione, assumendo, a seconda degli ambienti, diverse funzioni. La modularità



## COMFORT ZONE

Open.Hotel ospita 36 camere, di cui 3 suite con area benessere e terrazza panoramica, arredate in Design Lago, dal tocco moderno ed elementi contrastanti, nei toni del rosa, del verde e del blu. Il mood, differente per ogni stanza, è espresso da un patchwork geometrico, dato dal dialogo tra superfici e rivestimenti, il che attribuisce allo spazio un'enfasi tridimensionale, conciliando design e accoglienza.

L'hotel è una struttura accessibile ed è dotata di sala meeting ed eventi, sala breakfast/brunch, rooftop jacuzzi. È attrezzata per servizi quali day use, coworking, attività benessere e hi-fi alta velocità.

## Dedicato ai moderni viaggiatori che amano i dettagli

del design si esprime diventando parte architettonica dell'hotel, specialmente nella libreria modulare, che scende dal soffitto, e nelle sedute che si adattano allo spazio d'ingresso. Nelle aree co-working e nelle suite l'interior si avvale di materiali selezionati.

## SMART LUXURY

Pensato per far vivere un'esperienza diversa dal quotidiano in un ambiente 'smart luxury', un luogo riservato e di design nel cuore di Marina Centro, in cui vivere un'esperienza in un ambiente dinamico, sostenibile e tecnologico. Un nuovo concetto di lusso progettato per innovative esperienze di soggiorno, dedicato ai moderni viaggiatori che



# Isole, stagione di sfide

Per Sardegna e Sicilia si prospettano le solite incognite sul fronte dei collegamenti con la Penisola. Anche il 2023, pur preannunciandosi positivo per la domanda turistica, non manca di seminare dubbi e preoccupazioni tra gli operatori del ricettivo nel momento della programmazione primavera-estate



**L**a Sicilia e la Sardegna si confermeranno anche quest'anno in cima alle richieste dei viaggiatori, sia italiani che stranieri. Ma a che punto siamo con la Continuità territoriale? Sarà possibile raggiungere le due destinazioni senza temere l'impennata dei biglietti aerei come accaduto durante le vacanze natalizie per i voli da e per la Sicilia? Si riuscirà a superare l'annoso problema della continuità territoriale, che ad oggi non ha ancora fugato le nubi sull'operatività della stagione estiva?

Per Paolo Manca, presidente di Federalberghi Sardegna e vicepresidente Federalberghi nazionale, "l'incertezza cronica degli aeroporti dell'Isola nasce da procedure regionali che, da sempre, generano più o meno a ridosso delle vacanze pasquali, quando ormai era tardi

per intercettare quella domanda internazionale che è abituata a pianificare i propri spostamenti con largo anticipo".

Gli operatori spingono da anni per uscire finalmente dal caos che puntualmente si crea quando scadono i contratti con le compagnie aeree.

"Lo abbiamo sempre sostenuto – aggiunge Manca –: così come sono scritti e senza un tetto al costo dei biglietti, i bandi non funzionano e finiscono per generare un regime di monopolio, in cui le compagnie possono impor-

re i prezzi che vogliono nonostante la compensazione pubblica. È accaduto la scorsa estate quando ci siamo trovati con tariffe assolutamente spropositate, sovrapponibili in alcuni casi a quelle del lungo raggio".

Timori condivisi soltanto in parte dagli imprenditori siciliani, che si troverebbero in una situazione meno complicata. È l'opinione del presidente di Federalberghi Ragusa, Rosario Dibennardo, che tuttavia afferma: "È chiaro che, prima definiscono la continuità

## Ita ha scelto Cagliari

**Il vettore nazionale si è aggiudicato i voli su Cagliari nella gara per la Continuità territoriale. Dal 17 febbraio 2023 Ita Airways opererà collegamenti da Roma Fiumicino e Milano Linate: sulla prima rotta effettuerà da un minimo di 6 sino a un massimo di 8 frequenze giornaliere; sull'altra, 4 frequenze giornaliere sino a un massimo di 6.**

territoriale, meglio è. Però la Sicilia non vive le stesse problematiche di isolamento che invece rischia la Sardegna. Abbiamo un aeroporto, Catania, che quest'anno ha battuto il record dei 10 milioni di passeggeri e molte compagnie aeree che continuano a investire”.

A.D.A.



Se la Continuità territoriale continua, anche quest'anno, a causare non pochi grattacapi agli attori del turismo in Sardegna, il resto della programmazione a livello di voli e di traghetti lascia spazio a una maggiore ventata di ottimismo. Anzi, l'estate 2023, sulla carta, si preannuncia più calda che mai e per l'Isola si potrebbe profilare all'orizzonte un anno da record, grazie in particolare all'attività delle compagnie aeree low cost.

Naturalmente non mancano le incognite, prima fra tutte la questione pricing sull'onda del caro carburante e di una concorrenza sempre più agguerrita che spinge al rialzo le tariffe.

Allo stato attuale manca ancora qualche dettaglio da parte degli attori interessati ai collegamenti sulla Sardegna, ma quanto traspare dalle prime anticipazioni dovremmo assistere a un'intensa programmazione sia sul fronte dei voli nazionali, sia su quello estero. E per quanto riguarda i voli, con Ryanair, easyJet e Volotea a dominare la scena della Summer 2023.

## I VETTORI AEREI

Partendo dal vettore spagnolo, Volotea ha appena annunciato le tratte che saranno operate su Olbia e Cagliari. La prima è, tra l'altro, diventata la base numero uno della compagnia, con tre aerei posizionati sul Costa Smeralda e un network composto da 28 destinazioni, equamente divise tra domestiche e internazionali, mentre dallo scalo del capoluogo il vettore sarà collegato con 16 destinazioni. Sommando entrambi gli aeroporti la compagnia metterà in campo 10 nuove rotte.

Cagliari e Alghero saranno invece gli scali di riferimento di Ryanair, per un totale di 58 destinazioni, anche se la programmazione non sembra ancora quella definitiva. Punta di diamante lo scalo del capoluogo dove la low cost attiverà 37 rotte. Ancora in attesa di dettagli, invece, è la programmazione di easyJet.

## UNA GRANDE FLOTTA SUL MARE

Passando al capitolo traghetti, gli attori del mercato si avviano a una stagione di conferme della programmazione ormai consolidata. Ma non mancano le novità, a partire da Moby che quest'anno immetterà in flotta le due nuove meganavi, Legacy e Fantasy: con 237 metri di lunghezza e 32 di larghezza, possono ospitare fino a 2500 passeggeri in 550 cabine, e grazie agli oltre 3800 metri lineari di garage può trasportare fino a 1300 automobili. A livello operativo verranno effettuati collegamenti su Olbia da Genova, Livorno, Piombino e Civitavecchia e da quest'ultima anche su Cagliari.

“La Sardegna sarà il focus della prossima stagione – precisa Francesca Marino, passenger department manager di Grimaldi Lines –, così come lo è stata per la stagione 2022, che si è conclusa con una crescita a due cifre in termini

di passeggeri trasportati e con volumi addirittura superiori a quelli del 2019. Abbiamo inaugurato l'anno con il lancio della promozione ‘Advanced booking’, che sta già dando risultati molto interessanti in termini di prenotazioni”.

Per Grimaldi, a livello operativo, sul totale di sette linee sei sono annuali (Livorno-Olbia, Civitavecchia-Porto Torres, Civitavecchia-Cagliari, Civitavecchia-Arbatax, Napoli-Cagliari, Palermo Cagliari e viceversa) e una è stagionale, da giugno a settembre (Civitavecchia-Olbia).

Quattro, invece, le rotte per Corsica Sardinia Ferries, che sarà impegnata sulla Piombino/Golfo Aranci, Livorno/Golfo Aranci, Nizza/Porto Torres e Tolone/Porto Torres. Chiude Gnv, che dovrebbe riconfermare le 4 navi in servizio.

Per tutti un imperativo: la spinta all'advance booking con promozioni dedicate.

L.V.



## L'isolamento di Alghero

Procedura negoziata e voli sino a ottobre 2023, poi nuova gara europea per la Continuità territoriale aerea. Per Alghero è stata trovata una soluzione provvisoria per scongiurare l'isolamento cui sembrava condannata a seguito della mancata presentazione di offerte nell'ultima gara, conclusa lo scorso 30 dicembre, per l'assegnazione delle rotte della continuità su Fertilia con Roma e Milano. Confermata la legittimità della procedura negoziata, infatti, è stato fissato al 28 ottobre 2023 il termine dell'assegnazione delle rotte con oneri di servizio pubblico e ricalcolando gli importi posti a base d'asta. Alla luce di queste modifiche si riaprono i termini della procedura, con la presentazione di nuove offerte nel corso del mese di febbraio. Entro ottobre, invece, saranno aggiudicati i nuovi servizi mediante una gara europea per i collegamenti aerei Alghero-Roma-Alghero e Alghero-Milano-Alghero.



# Igiene uguale comfort

**F**are appello alle emozioni delle persone sta diventando un modo più efficace per gli hotel per corteggiare i viaggiatori, perché le esigenze degli ospiti si stanno evolvendo. Ispirandosi ai grandi marchi alberghieri che da tempo basano i propri standard su precisi criteri, si possono creare quell'atmosfera e quella garanzia di quasi-perfezione che fanno sentire l'ospite nel pieno comfort in ogni spazio della struttura così come in camera. Dalla naturalezza e dalla morbidezza del tessuto delle lenzuola all'igiene della sala da bagno, dai dispenser di disinfettante nelle aree comuni all'accuratezza del vassoio complimentary di tè e caffè, ogni singolo dettaglio può fare la differenza, può cambiare radicalmente la percezione che il cliente ha verso la struttura. Può creare quel senso di benessere che, a sua volta, innesca un processo di fidelizzazione.

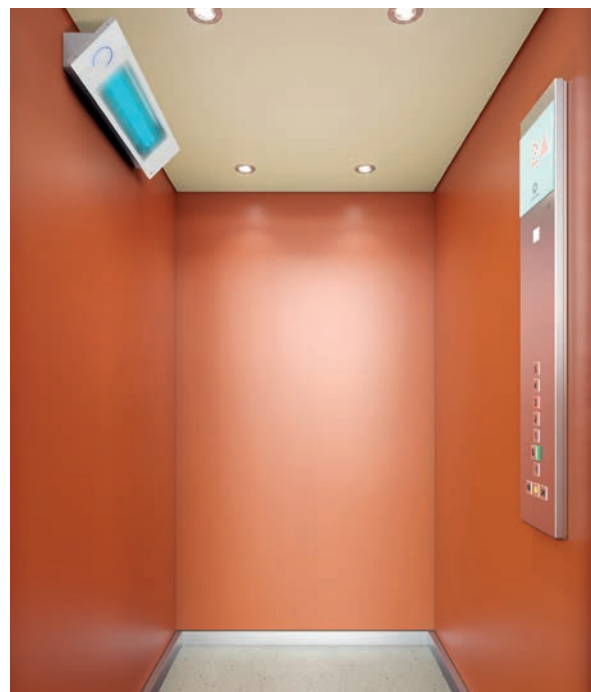


## PEDERSOLI, IL CULTO PER LA BIANCHERIA

Sicurezza e massima igiene sono sempre al centro dell'attenzione in ogni parte degli hotel e su ogni sua componente, a cominciare dai capi di biancheria, che richiede una corretta gestione. All'interno delle lavanderie la biancheria pulita non entra mai in contatto con quella sporca, mentre il controllo sulle operazioni di sanificazione si estende anche ai mezzi utilizzati per il trasporto e al personale: grazie a un sistema esclusivo che previene qualsiasi pericolo di contaminazione batterica, ogni roll di biancheria viene coperto prima della consegna, così la biancheria, sanificata e igienizzata, arriva ai clienti sicura al 100%. Pedersoli realizza un servizio customer oriented: alla produzione in esclusiva di biancheria e alla fornitura affianca un servizio di lavatura e stiratura.

## SCHINDLER CLEANHAND

Schindler Hygienic è la linea di prodotti appositamente studiata per garantire igiene e sicurezza agli utenti degli ascensori. CleanHand è il gel dispenser per assicurare agli utenti la possibilità di igienizzare le mani, norma igienica fondamentale per prevenire la diffusione di infezioni. Il prodotto può essere fornito con un supporto autoportante che semplifica l'installazione del dispenser automatico. Il kit include un dispenser a muro o con pedana autoportante, un 1 litro di gel igienizzante, batterie e pannello informativo. E per una maggiore sensibilizzazione degli utenti, CleanHand è corredato da un pannello informativo che ricorda le principali regole igieniche e di distanziamento sociale da osservare mentre si utilizza l'ascensore.





## REAIR

Le conseguenze dell'emergenza sanitaria mondiale hanno portato a un sensibile incremento della domanda di sistemi di sanificazione per gli hotel. Un quadro complesso e delicato in cui si inserisce Reair, nata dall'esperienza di professionisti e ricercatori, che, per far fronte alle nuove esigenze degli albergatori, ha creato un coating trasparente ecocompatibile privo di additivi chimici per il trattamento di tutte le superfici indoor e outdoor. Reair Original è un prodotto tecnologico fotocatalitico di ultima generazione, particolarmente indicato come soluzione tecnica volta a migliorare la salubrità e la sicurezza microbiologica degli ambienti di vita. È applicabile su pareti in muratura e superfici porose in genere. "La nostra formula brevettata consiste in una soluzione di ultima generazione – spiega la ceo e founder, Raffaella Moro –: le sue molecole fotosensibili, una volta colpite dalla luce, naturale o artificiale, a contatto con l'umidità dell'aria, accelerano la decomposizione delle sostanze organiche nocive. Questo consente una continua attività igienizzante".

## POLTI CIMEX ERADICATOR

Un dispositivo professionale brevettato che elimina le cimici dei letti e le loro uova alla prima passata e senza insetticidi, utile alle strutture ricettive che devono garantire, a ogni cambio di ospiti, la massima igiene in materassi, imbottiti, moquette, tendaggi, fenditure difficili da raggiungere, e con un metodo pratico e rispettoso dell'ambiente. Polti Cimex Eradicator è lo strumento ideale contro le cimici dei letti, efficace senza insetticidi. Una soluzione definitiva e facile da usare: test di laboratorio e sul campo attestano che il vapore saturo secco surriscaldato di questo sistema uccide il 100% delle uova e più del 90% delle cimici del letto adulte già al primo passaggio. E altri test effettuati da laboratori terzi indipendenti provano che il prodotto uccide fino al 99,999% di virus, germi, batteri, funghi e spore.



## MY SAFE HOTEL

Un nuovo dispositivo che viene fornito all'hotel e che eroga un prodotto sanificante all'interno delle camere, con un disinfettante che elimina, in 60 secondi di esposizione, batteri e virus, ed è certificato contro Sars-Cov-2. My Safe Hotel è una app che consente di gestire direttamente la sanificazione: il dispositivo viene alimentato a batteria o con una normale presa in camera; si esce e si attende l'erogazione, e, dopo pochi minuti, si può accedere nuovamente alla stanza. Si può avviare, comunque, quando si vuole e ovunque ci si trovi: il video della sanificazione viene registrato sull'app, così è possibile verificarne l'avvenuta operazione a distanza. Il dispositivo, inoltre, tiene traccia di tutte le sanificazioni effettuate.

## NATURALWASH

I luoghi che offrono servizi di ristorazione e benessere, dagli hotel alle spa o alle strutture d'impronta culinaria, impongono livelli di pulizia e sanificazione impeccabili, al fine di mantenere standard di comfort e igiene elevati in ambienti dove l'afflusso di persone è più intenso. Per raggiungere questi obiettivi, bilanciando le esigenze di pulito con quelle legate al rispetto ambientale, NaturalWash sfrutta una sorgente ecologica alternativa: il vapore. Rilasciato a una temperatura di 130°, non lascia, infatti, tracce chimiche residue e soddisfa i canoni Haccp. Su alcuni macchinari, invece, è stato inserito un generatore di ozono, molto richiesto per le aree pubbliche. I macchinari consentono di eseguire tutti i tipi di lavaggi esterni senza produrre acque reflue di scarico, e i detersivi sono totalmente biodegradabili. Inoltre, l'azienda supporta i clienti con la Academy NaturalWash, che contribuisce a una formazione corretta per i lavaggi e l'applicazione dei prodotti.





**Hotel Mag.it** è il magazine on line (ottimizzato per mobile) di *Turismo d'Italia*, organo ufficiale Federalberghi.

Un magazine ricco di news e approfondimenti di grande interesse e attualità per tutti gli operatori dell'hôtellerie, che con aggiornamenti giornalieri ha l'obiettivo di diventare a breve il primo portale dell'ospitalità, punto di incontro e community on line che coinvolgerà gli utenti su più livelli di interesse, abituandoli a una consultazione costante, con un elevato livello di fidelizzazione.

## Hotel Mag

IL MAGAZINE ONLINE DI **turismo** d'Italia ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

### HIGHLIGHTS



**Italia destinazione prediletta del wedding tourism**  
Il turismo del wedding premia l'Italia, che nel 2022 è stata scenario di circa 11mila matrimoni stranieri. Tanti sono i viaggiatori internazionali che hanno scelto [...]

### PRIMO PIANO



**Fri-Tur, nuovo incentivo per le strutture ricettive. Dal 30 gennaio operativa la piattaforma**  
Con una dotazione di un miliardo 380 milioni di euro e con la pubblicazione della piattaforma dal 30 gennaio 2023 parte il nuovo incentivo per favorire un salto di qualità delle strutture ricettive italiane. Si chiama Fri-Tur (Fondo rotativo imprese per il sostegno alle imprese e gli investimenti di [...])

### MARKETING & MANAGEMENT

**Liguria: torna il Tourism Recruiting Day**  
Parte la seconda edizione del Tourism Recruiting Day della Regione Liguria, in...

**Il Piemonte a NY si promuove sul trade**  
Tour operator e agenzie di viaggi Virtuoso e Signature hanno preso parte all'...

**Sardegna, piano triennale di eventi per il turismo**  
La Sardegna investe sugli eventi per promuovere il turismo e porta avanti un v...

**Torino conquista i mercati europei sulle ali di Ryanair**  
Ha preso il via la seconda fase della campagna di comunicazione per posizionar...

**'Venezia per immagini', street photography dei turisti**  
A seguito del notevole riscontro conseguito nel tempo, prosegue la rubrica fot...

**Rimini, la spiaggia che cambia. Progetto pilota**  
La spiaggia di Rimini nord prosegue il percorso di trasformazione nel segno de...

### AZIENDE E PRODOTTI



**Fas: più spazio con il buffet breakfast verticale**



**Le cabine doccia secondo Megius**

### TURISMO D'ITALIA



Sfogli l'ultimo numero <<

### NEWSLETTER

ISCRIVITI

### OVERVIEW



**Incentivi finanziari per le imprese turistiche: rimodulazione proposte progettuali**  
Il ministero del Turismo ha pubblicato il decreto di approvazione di rimodulazione delle proposte progettuali

### FEDERALBERGHI NEWS



**CONVENZIONE UNOENERGY: NUOVA REFERENTE PER IL SETTORE**

## CONTENUTI

NEWS E ATTUALITÀ, EVENTI, FIERE, MERCATO, OSSERVATORIO FEDERALBERGHI, INDAGINI E RICERCHE, HOTEL DESIGN, CONTRACT: PRODOTTI E AZIENDE, INTERVISTE AI PROTAGONISTI DELL'INTERIOR DESIGN, TENDENZE, GESTIONE, MARKETING & MANAGEMENT, TECNOLOGIE E HOTEL 2.0, HOTEL BREAKFAST, FOOD & BEVERAGE, RISTORAZIONE

# Un “amore” di ospite

Il cliente sempre al centro. Le sfumature dell'accoglienza rispetto alle esigenze attuali dei viaggiatori che soggiornano in hotel: dai servizi ai materassi, tutto fa la differenza



**C**hi si occupa di Ospitalità, volendo far riferimento alle persone che alloggiano nella propria struttura ricettiva, spesso usa scambievolmente le parole “clienti” e “ospiti”. Come spesso accade, però, usare la terminologia giusta può definire un approccio più adeguato nel fare le cose.

Proviamo a capire dove sta la differenza tra “cliente” ed “ospite”. In termini generali, il “cliente” è colui che ottiene un prodotto e/o riceve un servizio dietro il pagamento di un corrispettivo; al contrario, con il termine “ospite” si intende qualcuno che riceve accoglienza e gode dell'ospitalità fornitagli da un altro individuo. Se, quindi, da un lato abbiamo un termine prettamente economico, che si rifà a concetti del tipo “numeri-da-avere-per-fare-fatturato”, dall'altro abbiamo una parola che racchiude in sé molti più significati, dalle sfumature più emotive ed intime. Ora, venendo

a chi ogni giorno interagisce con le persone per offrirgli i propri servizi in struttura, è chiaro come la parola “ospite” richiami una serie di elementi comportamentali che, se messi in atto, facilitano l'individuo nel vivere appieno un'esperienza per lui soddisfacente, da cui potrebbe innescarsi un passaparola positivo o una possibile fidelizzazione a lungo termine.

È pertanto necessario, per le strutture ricettive oggi, partire innanzitutto da un cambiamento di rotta in termini di gestione dei propri “ospiti”, provando a individuarne e anticiparne esigenze e preferenze, in modo da offrire un servizio quanto più vicino – o ancor meglio superiore – alle loro aspettative.

## I VALORI REALI

È sempre più frequente ospitare nella propria struttura persone che preferiscono, sia implicitamente, sia esplicitamente, l'idea di “viaggio” a quella

di “vacanza”, che desiderano arricchire la propria esperienza con una componente puramente umana, andando alla scoperta delle peculiarità del territorio che si apprestano a raggiungere, creando un legame diretto, che lascia spazio alla contemplazione e alla riflessione.

In altre parole, i viaggiatori oggi danno più importanza ai valori e alla personalizzazione: basti pensare all'attenzione sempre più alta verso viaggi green, con la scelta di opzioni più eco-compatibili con l'ambiente, ma anche alla flessibilità richiesta in termini di prenotazioni, pacchetti, offerte e cancellazioni, oppure alla necessità di avere qualcuno che possa rispondere alle loro richieste.



**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](http://www.gpstudios.it), [info@gpstudios.it](mailto: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.

Segue a pag. 32 ►



## QUANDO RIPOSARE BENE È UN MUST

Un esempio? Sempre più sotto la lente d'ingrandimento l'importanza del dormire e più in particolare del dormire bene. Se fino a qualche anno fa il menu dedicato alla scelta di cuscini e guanciali speciali era un servizio di nicchia, oggi la "cultura del sonno" è un must in tante strutture e può davvero fare la differenza. Sono in tanti gli ospiti che richiedono la presenza di un cuscino per la cervicale, tisane e diffusori di oli essenziali dal potere rilassante. Alcune strutture la hanno inserita al centro della propria offerta, proponendo una suite a tema, ricca di servizi e prodotti per favorire e migliorare il riposo – come il Park Hyatt New York che proprio l'anno scorso ha inaugurato la Bryte Restorative Sleep Suite – o addirittura l'assistenza di uno specialista, come al Belmond Cadogan Hotel a Londra, dove è possibile prenotare un appuntamento con lo Sleep Concierge.

## QUANDO IL NUTRIMENTO È DELL'ANIMA

La personalizzazione di servizi su misura delle proprie esigenze è diventata ormai imprescindibile anche per un altro elemento caratterizzante il "viaggio": parliamo del cibo. Ben sette recensioni online su dieci parlano dell'esperienza ristorativa vissuta in hotel, in particolar modo della prima colazione – a sottolineare come gli ospiti di una struttura ricettiva non vogliono rinunciare a consumare un pasto quando più lo gradiscono, senza i limiti spazio-temporali imposti ad esempio dalla canonica sala colazione con buffet dalle 7.30 alle 10.30 della mattina –, così come al buon cibo, rivedendo anche le proprie abitudini alimentari e aprendosi a sperimentazioni e degustazioni di ogni genere e tipo.

Nel primo caso, parliamo soprattutto di ospiti che, magari a causa dell'orario del volo di rientro fissato alle prime luci dell'alba o per una riunione dall'altra parte della città la mattina presto, non riescono ad accedere alla



sala colazioni per tempo. Oppure chi vorrebbe poter acquistare qualcosa di gustoso da portarsi in spiaggia o durante la propria escursione. In risposta a queste esigenze, c'è chi ha installato distributori automatici, come alcuni hotel della catena Marriott, oppure chi ha aperto un honesty bar 24h su 24, come l'Up Hotel a Rimini.

Nel secondo caso, invece, gli ospiti cercano strutture che sappiano deliziarli attraverso servizi capaci di amplificare la componente sensoriale ed emozionale dell'esperienza. Così come succede al Rocco Forte Hotel Savoy di Firenze, in cui il servizio in camera è diventato adattivo e propone cena in camera con performance musicale live privata. Oppure all'Hotel De' Ricci a Rome, definito "il boutique hotel per amanti del vino": qui ogni ospite può richiedere al momento della prenotazione una composizione personalizzata di bottiglie per la propria piccola cantina personale in camera, sulla base delle proprie preferenze enologiche.



## CAMBIAMENTO FA RIMA CON EVOLUZIONE

Un approccio olistico che mette al centro l'ospite non potrà che giovare la struttura ricettiva, anche se ciò prevede un cambiamento al modello di business. Prendiamo il caso di un hotel che abbiamo seguito in GpStudios, geolocalizzato in Liguria, con una ventina di camere. Dopo un'accurata analisi di mercato e dei dati a disposizione della struttura, si è optato per una dilatazione temporale strategica della prima colazione, rivista in termini di proposta per estenderla fino a trasformarla in brunch e arricchirla di una proposta di caffetteria di qualità e di cocktail in pairing all'offerta dolce e salata. Questo per rispondere alle esigenze di una tipologia di ospite che cerca una vacanza "più libera" e più fluida, a cui il trattamento di pensione completa sta troppo stretto. Il risultato? Ospiti più soddisfatti e albergatore con un +23% sul fatturato complessivo e un +17% sul margine operativo lordo.

**Gli ospiti cercano strutture che sappiano amplificare la componente emozionale dell'esperienza**

# Albergatore Day 2023: nuove basi per il futuro

Alla 19ma edizione dell'evento organizzato da Federalberghi Roma i principali temi del turismo e della sua ripresa. Si rafforza, nella Capitale, l'alleanza tra imprese e istituzioni, per strategie più mirate



Un momento della tavola rotonda

**S**i è svolta negli spazi congressuali del Parco dei Principi Grand Hotel & Spa la XIX edizione dell'Albergatore Day, storica manifestazione organizzata da Federalberghi Roma e tornata nel 2023 ad aprire idealmente l'anno turistico con un'intera giornata di incontri tra operatori e Istituzioni dedicata allo stato e alle prospettive del settore per la Capitale d'Italia e non solo.

Ad aprire l'evento è stato il saluto ufficiale del sindaco di Roma Capitale, Roberto Gualtieri, cui ha fatto seguito la tavola rotonda *"Quale turismo post-pandemia? La sinergia tra istituzioni nazionali e territoriali quale condizione essenziale per il definitivo rilancio del settore e per l'individuazione di una nuova governance"*, i cui lavori sono stati preceduti dal saluto istituzionale del ministro del Turismo, Daniela Santanchè, e a cui hanno partecipato,

oltre al presidente di Federalberghi Roma, Giuseppe Roscioli, il consigliere dello stesso ministro del Turismo per i Rapporti istituzionali, Gianluca Caramanna, l'assessore a Turismo, Grandi eventi, Sport e Moda di Roma Capitale, Alessandro Onorato, e l'assessora a Turismo, Enti locali, Sicurezza urbana, Polizia locale e Semplificazione amministrativa della Regione Lazio, Valentina Corrado. Al centro del dibattito il tema nodale della collaborazione tra i vari livelli istituzionali, perché la ripresa dei flussi non si fermi, ma possa anzi incrementare la propria spinta anche attraverso nuove forme di conduzione gestionale del settore.

Momento centrale della sessione pomeridiana di Albergatore Day è stato l'incontro/dibattito *"L'appeal*

*del brand Roma quale spinta agli investimenti per lo sviluppo turistico della Città eterna"*, nel corso del quale i dati previsionali sui flussi turistici e sullo scenario immobiliare capitolino forniti da Expedia e World Capital Group hanno dato spunti di riflessione e approfondimento ai relatori: la real estate & construction Arsenale Group, Gilda Cotzias, l'owner Nobu Hotel Roma & Nobu Restaurant Roma, Carlo Acampora, e il cluster general manager Hilton Roma La Lama, Paolo Bellè. Nel corso dell'incontro sono state analizzate le possibili tendenze del mercato dei viaggi nel 2023 e le previsioni di investimento e valorizzazione del patrimonio alberghiero capitolino, nell'obiettivo di fornire agli operatori validi strumenti per programmare

**UN'INTERA  
GIORNATA  
DI INCONTRI  
DEDICATA ALLE  
PROSPETTIVE  
DEL SETTORE**



◀ Segue da pag. 33

la loro offerta e suggerire utili indicatori per i progetti di riqualificazione.

All'Albergatore Day 2023 erano presenti oltre 40 aziende sponsor del settore dell'ospitalità; per la prima volta, grazie all'organizzazione di speciali business speed date tra aziende fornitrici e albergatori, la manifestazione ha avuto anche carattere b2b.

**I DATI FINALI DELL'ANNO**

Secondo le rilevazioni ufficiali finali dell'Ente Bilaterale Turismo del Lazio (EbtL) nel 2022 gli arrivi complessivi negli esercizi alberghieri e nelle Rta (Residenze) di Roma Capitale sono stati 9.666.238 con un incremento di +245,22% sul 2021 (ed un recupero del 74,15% sul 2019).

Le presenze complessive sono state 21.552.631 con una crescita del +291,47% (ed un recupero del 70,24% sul 2019). La domanda interna e quella estera hanno avuto andamenti differenziati.

Gli arrivi di italiani sono stati 3.844.876 con +110,15% sul 2021 (ed un recupero dell'81,94% sul 2019). Le presenze sono state 7.243.401 con +115,66% sul 2021 (recupero del 79,97% sul 2019).

La domanda straniera ha ricominciato a crescere a ritmi più veloci di quella italiana. Gli arrivi di stranieri sono stati 5.821.362 con +499,83% sul 2021 (con un recupero del 69,77% rispetto al 2019). Le presenze sono state 14.309.230, a +566,52% sul 2021 (con un recupero del 66,17% sul 2019).

Dall'analisi dei macro-segmenti geografici si evince che gli arrivi dall'Europa sono stati 780.347 unità (+381,32%) e le presenze 7.279.061 unità (+422,34%).

La domanda proveniente dal Nord America ha registrato 1.656.739 arrivi (+746,11%) e 3.845.263 presenze (+825,48%). La domanda proveniente dal Centro-Sud America ha registrato 394.483 arrivi (+1216,13%) e 971.116 presenze



Il ministro Daniela Santanchè con Gianluca Caramanna e Tommaso Tanzilli



Un momento del discorso del ministro Daniela Santanchè



Un momento del discorso del sindaco di Roma, Roberto Gualtieri



Andrea Pancani, giornalista e vicedirettore La7, modera la tavola rotonda con Giuseppe Roscioli e Gianluca Caramanna





A sinistra Giuseppe Roscioli con l'assessore regionale Alessandro Onorato

(+1.518,47%). La domanda proveniente dal Sud-Est asiatico ha registrato 540.742 arrivi (+997,91%) e 1.172.169 presenze (+1.255,06%).

Aggiungendo, ai dati degli esercizi alberghieri, quelli degli esercizi ricettivi complementari (b&b, case vacanze ecc.) di Roma Capitale, pari a 5.552.497 arrivi (+105,28% sul 2021) e 13.184.758 presenze (+104,08% sul 2021), il bilancio complessivo della domanda turistica nell'anno 2022 chiude con 15.218.735 arrivi (+176,46%) e 34.737.389 presenze (+190,30%). Questo significa che rispetto al 2019 Roma Capitale ha complessivamente recuperato il 78,23% negli arrivi e il 74,64% nelle presenze, con un percorso virtuoso che supera l'andamento stimato dall'Unwto in un recupero medio mondiale del 63% sul 2019 e in linea con quanto

stimato dallo stesso organo per l'Europa, il cui recupero sul 2019 è al momento stimato nel 79% circa.

### UN FRENO ALLA CRESCITA

Per il presidente di Federalberghi Roma la situazione del turismo romano è in divenire: "Il 2022 è stato segnato da una consistente ripresa dei flussi, trainati dai grandi eventi succedutisi in città – ha dichiarato Giuseppe Roscioli –, ma non è stata purtroppo sufficiente a portare l'equilibrio finanziario alle nostre aziende, ancora fortemente esposte con il sistema creditizio a causa della pandemia. La mancanza di visitatori dei primi tre mesi, l'aumento esponenziale dei costi di energia, materie prime e servizi, la perdurante chiusura di una larga fetta di mercati, hanno fatto sì che rispetto al 2019 i dati di fatturato – che avevano registrato nel 2020 un -82,25% e nel 2021 un -75% – dopo un primo semestre 2022 a -40,23%

si siano chiusi per il terzo anno di seguito in passivo in termini di redditività. Il 2023 risulterà quindi per molti versi decisivo. Roma, tra gli altri, ospita un evento di eccezionale portata mediatica come la Ryder Cup di golf, la cui riuscita, anche e soprattutto per l'immagine di sé che la città saprà offrire al mondo, assurgerà fatalmente al ruolo di cartina tornasole per alcune eccezionali opportunità future che riguardano l'economia dell'intera Italia, come l'Expo 2030. Dobbiamo quindi lavorare tutti insieme, operatori e Istituzioni, per confermare i recenti risultati e colmare finalmente il gap di servizi, infrastrutture e immagine accumulato negli ultimi dieci anni che separa tuttora la nostra dalle altre grandi Capitali mondiali ha concluso Roscioli, perché il successo turistico di Roma, città speciale e unica, con un brand dall'appeal internazionale fortissimo, può significare il successo di tutto il Paese".

credits Vincenzo Scuderi

## Roma, tavolo di coordinamento amministrativo per gli alberghi

Federalberghi Roma ha espresso grande soddisfazione per l'annuncio, da parte del sindaco di Roma Capitale, Roberto Gualtieri, e dell'assessore al Turismo, Alessandro Onorato, in occasione dei loro interventi all'Albergatore Day 2023, della prossima istituzione di un tavolo di coordinamento amministrativo per le imprese del settore alberghiero.

Per il presidente di Federalberghi Roma, Giuseppe Roscioli, questa sorta di 'conferenza di servizi permanente' rappresenta un fondamentale passo avanti sul piano pratico: "È estremamente positivo che ora gli imprenditori alberghieri romani possano confrontarsi con un unico e decisivo interlocutore per risolvere le problematiche quotidiane del settore – ha detto Roscioli –. Siamo fiduciosi che tanti nodi da sciogliere, a partire da quelli relativi alle dependance, alle aperture, agli spazi antistanti agli alberghi e a quelli di scarico e scarico, potranno presto trovare positiva e concreta soluzione".



# Legge di bilancio del 2023: una guida con le novità

Bonus, crediti d'imposta e agevolazioni, le principali misure che interessano il settore alberghiero



Alle imprese non gasivore è riconosciuto un credito d'imposta pari al 45% della spesa sostenuta per l'acquisto del gas, consumato nel primo trimestre solare del 2023, per usi energetici diversi dagli usi termoelettrici. Il bonus spetta se il prezzo medio di riferimento del gas relativo al quarto trimestre 2022, sulla base dei dati del Mercato infragiornaliero (Mi-Gas) pubblicati dal Gestore dei mercati energetici (Gme), è aumentato più del 30% rispetto al prezzo medio riferito al medesimo trimestre dell'anno 2019.

## NUOVA SABATINI

Con questa misura viene previsto il rifinanziamento – con 30 milioni di euro per il 2023 e di 40 milioni di euro per ciascuno degli anni dal 2024 al 2026 – della Nuova Sabatini. Si stabilisce che, per le

DI ANTONIO GRIESI

**S**ono molto numerose le misure agevolative presenti nella legge di bilancio per l'anno 2023 (legge 29 dicembre 2022, n. 197 - G.U. 29/12/2022, n. 303, S.O. n. 43), che hanno subito modifiche e integrazioni nel corso dell'iter di approvazione parlamentare.

Facendo una veloce disamina, mettiamo in evidenza i principali elementi di novità. In particolare, facciamo riferimento al potenziamento dei crediti d'imposta energia e gas, al rifinanziamento della Nuova Sabatini e dei contratti di sviluppo, alla proroga al 31 dicembre 2023 del bonus investimenti nel mezzogiorno e del credito d'imposta nelle Zes.

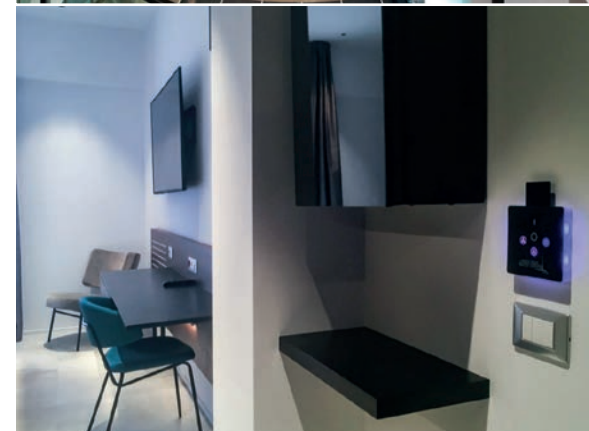
## CREDITI D'IMPOSTA ENERGIA E GAS

Al fine di contenere l'aumento del costo di luce e gas in capo alle imprese, la legge

di bilancio per l'anno 2023 conferma per il primo trimestre 2023, potenziandoli, i crediti d'imposta per l'acquisto di energia elettrica e gas.

Nello specifico alle imprese non energivore, dotate di contatori di energia elettrica di potenza disponibile pari o superiore a 4,5 kW, è riconosciuto un credito d'imposta pari al 35% della spesa sostenuta per l'acquisto della componente energetica, effettivamente utilizzata nel primo trimestre dell'anno 2023, comprovato mediante le relative fatture d'acquisto. Il bonus spetta se il prezzo della componente energetica acquistata, calcolato sulla base della media riferita al quarto trimestre 2022, al netto delle imposte e degli eventuali sussidi, ha subito un incremento del costo per kWh superiore al 30% del corrispondente prezzo medio riferito al medesimo trimestre dell'anno 2019.

**ALLE IMPRESE  
NON ENERGIVORE  
UN CREDITO  
D'IMPOSTA PARI  
AL 35% DELLA  
SPESA**



iniziative con contratto di finanziamento stipulato dal 1° gennaio 2022 al 30 giugno 2023, il termine di 12 mesi per l'ultimazione degli investimenti è prorogato per ulteriori 6 mesi.

**CONTRATTI DI SVILUPPO**

Vengono assegnate nuove risorse per i contratti di sviluppo. Lo stanziamento previsto è pari a 40 milioni di euro per ciascuno degli anni dal 2023 al 2027 e 60 milioni di euro per ciascuno degli anni dal 2028 al 2037 le risorse destinate ai programmi di sviluppo di attività turistiche.

Il ministero delle Imprese e del Made in Italy può impartire a Invitalia, soggetto gestore, direttive specifiche per l'utilizzo delle predette risorse, al fine di sostenere la realizzazione di particolari finalità di sviluppo.

**PROROGA CREDITI DI IMPOSTA SUD**

È prevista la proroga fino al 31 dicembre 2023 il credito di imposta per l'acquisto di beni strumentali nuovi destinati a strutture produttive nelle zone assistite ubicate nelle regioni del Mezzogiorno (Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Molise), istituito dall'articolo 1, commi 98-108, della legge di stabilità 2016.

Viene inoltre prevista l'estensione fino al 31 dicembre 2023 del credito d'imposta per investimenti nelle Zes (Zone economiche speciali), di cui all'articolo 5, comma 2, primo periodo, del decreto-legge 20 giugno 2017 n. 91.

**BONUS ELIMINAZIONE BARRIERE ARCHITETTONICHE**

È prevista la proroga al 31 dicembre 2025 del bonus barriere architettoniche, la detrazione del 75% introdotta dalla legge di Bilancio per l'anno 2022 per gli interventi finalizzati al superamento e all'eliminazione delle barriere architettoniche negli edifici già esistenti. Si ricorda che



l'agevolazione in esame è riconosciuta anche alle società, alle imprese e ai soggetti esercenti arti o professioni, oltreché alle persone fisiche, e che la detrazione è ripartita in cinque quote annuali fino ad un importo massimo variabile, da 30mila a 50mila euro, a seconda dell'edificio su cui sono eseguiti i lavori.

Regime forfetario con soglia di accesso elevata a 85mila euro, tassa piatta del 15% sugli incrementi di reddito, nuove rottamazioni dei debiti fiscali e definizioni agevolate per le violazioni e le liti tributarie. Sono alcune delle novità previste in campo fiscale dalla legge di bilancio per l'anno 2023.

**ESTENSIONE DEL CREDITO D'IMPOSTA PER INVESTIMENTI NELLE ZES**

Infine, nel testo, altre novità riguardano il regime fiscale delle "mance". Vengono qualificate come redditi da lavoro dipendente le somme destinate dai clienti a titolo di liberalità (ossia le mance) nei settori della ristorazione e dell'attività ricettive. Tali somme sono tassate con un'imposta sostitutiva dell'Irpef e delle relative addizionali territoriali con aliquota del 5%.

Poi ancora, la tassazione dei premi di risultato. È prevista la riduzione dal 10% al 5% dell'aliquota dell'imposta sostitutiva sulle somme erogate sotto forma di premi di risultato o di partecipazione agli utili d'impresa ai lavoratori dipendenti del settore privato.

**Loredana Malanotte si congeda dalla "sua" Federalberghi**

Loredana Malanotte, da sempre e per tutti iconica segretaria di presidenza di Federalberghi, ha concluso il suo rapporto di lavoro con la federazione, iniziato il primo febbraio del 1987. A Loredana va il ringraziamento degli organi e delle associazioni aderenti alla federazione, unitamente ai migliori auguri per il suo futuro.





# Concessioni demaniali L'appello delle imprese

Più attenzione, trasparenza e maggiore oculatezza verso il comparto. La reazione, unita e compatta, di Federalberghi, Faita e Assonat rispetto agli aumenti del canone, e le loro richieste alle istituzioni

**N**ell'ambito della riforma delle modalità di assegnazione delle concessioni demaniali, Federalberghi, Faita-Federcamping e Assonat hanno espresso preoccupazioni per "la scarsa attenzione fin qui riservata al comparto turistico e alla specificità che lo caratterizza". Per questo motivo le tre organizzazioni hanno lanciato un appello alle istituzioni rimarcando le criticità e chiedendo un'attenzione specifica.

"Desti particolare preoccupazione – hanno affermato attraverso un comunicato congiunto – il recente provvedimento che stabilisce, per l'anno 2023, un incremento dei canoni del 25,15%. Tale aumento, notevolmente superiore al tasso di inflazione dei prezzi al dettaglio, impatterà profondamente nelle gestioni economico finanziarie delle imprese, già colpite e destabilizzate da aumenti dei costi di gestione smisurati e imprevedibili, quali quelli energetici e delle forniture di beni e servizi. Un'impresa turistica basa il suo equilibrio economico, finanziario e occupazionale su attente pianificazioni e programmazioni gestionali, spesso di carattere pluriennale, pertanto impatti



economici improvvisi e destrutturanti ne minano la funzionalità e l'operatività, con conseguenti pesanti tagli nell'erogazione dei servizi e nell'impiego occupazionale, degrado della qualità dell'offerta e aumento delle tariffe. Tutto questo a discapito dei flussi turistici nazionali e internazionali, che potrebbero dirigersi verso destinazioni più competitive".

Inoltre, in riferimento alle attività turistico ricettive, Federalberghi, Faita e Assonat hanno sottolineato come l'offerta e l'organizzazione dei servizi di balneazione siano parte sostanziale e integrante dell'attività aziendale, tanto nell'erogazione dei servizi, quanto nella pianificazione degli investimenti e nel computo dei relativi costi e ricavi.

"Va peraltro rimarcato che – ha proseguito la nota –, oltre a un'elevata percentuale di imprese ricettive titolari di concessioni per l'arenile immediatamente prospiciente la struttura, alcune insistono, parzialmente o totalmente, su superfici oggetto di concessioni demaniali marittime per aree diverse rispetto a quelle dedicate alla balneazione".

Infine l'appello congiunto: "Gli operatori del comparto turistico chiedono quindi alle Istituzioni l'apertura di un tavolo di ascolto e confronto per una interlocuzione chiara e definitiva sull'applicazione della Direttiva Bolkestein, che consenta di affrontare le prossime stagioni turistiche pianificando correttamente gli investimenti e senza ulteriori incertezze".

## Utilizzo contante: soglia a 5mila euro

**A decorrere dal 1° gennaio 2023 è in vigore la disposizione che innalza a 5mila euro il valore soglia oltre il quale si applica il divieto di trasferimento del contante tra soggetti diversi (Legge di bilancio 2023). Rimane, invece, confermata la disposizione che eleva a 15mila euro il limite per i pagamenti in contanti per l'acquisto di beni e prestazioni di servizi legati al turismo effettuati dalle persone fisiche di cittadinanza diversa da quella italiana e che abbiano residenza fuori del territorio dello Stato (stranieri Ue e extra-Ue), utilizzando un'apposita procedura.**

**Federalberghi ha predisposto un set di cartelli, modificati con il nuovo limite, che gli alberghi associati possono utilizzare per comunicare alla propria clientela il contenuto delle disposizioni che regolano la materia, nonché i moduli utilizzabili dagli stranieri per rilasciare la dichiarazione. Cartelli e moduli sono disponibili in due lingue (italiano e inglese), nei formati A4, A3 verticale e orizzontale.**

Gentile Cliente,

la normativa italiana anticirriggio vieta il trasferimento di denaro contante quando il valore oggetto di trasferimento è complessivamente pari o superiore a 5.000 euro. Il trasferimento è vietato anche quando è effettuato con più pagamenti inferiori alla soglia che appaiono artificialmente frazionati (Decreto Legislativo 21.11.2007 n. 231, art. 49).

Il limite è elevato a euro 15.000 per le persone fisiche di cittadinanza diversa da quella italiana, che abbiano residenza fuori dal territorio italiano, a condizione che sottoscrivano una dichiarazione e forniscano copia del passaporto.

La reception è a disposizione per fornire informazioni in merito alla possibilità di pagare con carta di credito, bancomat o altri strumenti tracciabili.

Dear Client,

Italian money-laundering legislation prohibits the use of cash in transactions when the sum involved totals € 5,000 or more. It also prohibits splitting of these sums into several payments lower than the limit set (art. 49, Legislative Decree no. 231 of 21.11.2007).

The use of cash to pay bills of € 5,000 or more, up to € 15,000, is allowed for private individuals citizens of countries outside Italy, permanently resident outside Italy, who sign a form of declaration and provide a copy of their passports.

The reception is at your disposal to provide information about the possibility of paying by credit card, debit card or other traceable means.



# Formazione per il lavoro: obiettivi di un'alleanza

Accordo con Unioncamere per superare il mismatch di competenze nel comparto del turismo, favorendo lo sviluppo di professionalità capaci di rispondere ai reali fabbisogni delle imprese

**F**ederalberghi e Unioncamere hanno sottoscritto un accordo finalizzato a realizzare un'alleanza tra il mondo della formazione e delle imprese, a sostegno della crescita economica del turismo, settore trainante dell'economia italiana.

La collaborazione sottoscritta da Unioncamere e Federalberghi si inserisce nelle attività già in avanzata fase di sperimentazione da parte di entrambe le organizzazioni, insieme alla Rete Nazionale degli Istituti Alberghieri (Re.Na.I.A.) per la certificazione delle competenze acquisite dagli studenti degli istituti nei Pcto (Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento).

**NEI PROSSIMI CINQUE ANNI UN FABBISOGNO DI 333MILA UNITÀ**

oltre 333mila unità nel settore del turismo con una difficoltà di reperimento che supera ormai il 40% del fabbisogno stesso.

## AZIONI CONGIUNTE SUL TERRITORIO

Unioncamere e Federalberghi lavoreranno alla costruzione e alla condivisione di mappe di competenze e alla individuazione di profili da formare, alla standardizzazione delle progettazioni per gli indirizzi di studio maggiormente significativi; alla realizzazione di un repertorio di competenze che tenga conto delle skill funzionali allo sviluppo di tutta la filiera turistica, con parti-

colare attenzione alle competenze digitali e alla sostenibilità ambientale.

Grazie a questa intesa, verranno inoltre promosse, anche a livello territoriale, iniziative congiunte per l'orientamento degli studenti, dei docenti, dei tutor scolastici e aziendali impegnati nei percorsi di formazione, con specifica attenzione all'istruzione terziaria tecnologica e universitaria.



Obiettivo principale dell'accordo, alla luce del previsto riordino del sistema di istruzione secondaria superiore, è quello di unire le forze per favorire lo sviluppo di professionalità con competenze che rispondano ai concreti fabbisogni formativi delle imprese operanti nel settore turistico.

Partendo, infatti, dall'analisi sulla domanda di profili professionali delle imprese, realizzata tramite il Sistema informativo Excelsior da Unioncamere e Anpal, per i prossimi cinque anni viene previsto un fabbisogno occupazionale di

## “Sii Ricettivo”, il progetto formativo del Garda Veneto

Proseguirà per tutto il 2023 l'iniziativa “Sii Ricettivo”, lanciata lo scorso anno da Federalberghi Garda Veneto per collegare in maniera diretta i giovani alle aziende che operano nel settore turistico. Il progetto vuole essere un'opportunità professionale concreta, che accompagni i giovani interessati al settore Ho.Re.Ca. all'interno del mondo del lavoro, rendendo lo stage una reale occasione di formazione sul campo, con possibilità di prosecuzione dell'esperienza anche dopo la sua conclusione. Co-protagonisti dell'iniziativa sono gli Istituti alberghieri del territorio. In “Sii Ricettivo” sono comprese anche le attività del Comitato Giovani albergatori del Garda Veneto, attraverso testimonianze all'interno delle scuole per trasmettere la passione per il lavoro e coinvolgere gli studenti, grazie a un linguaggio orizzontale e diretto.





# Hotel Mag

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

## turismo

d'Italia

**LA NEWSLETTER  
DI TURISMO D'ITALIA**  
La Newsletter di Turismo  
D'Italia viene inviata  
mensilmente a una mailing list  
altamente qualificata e profilata  
di **75.000 nominativi/contatti**  
che comprendono:

■ **TUTTI I 32.000 hotel italiani,**  
direttori, responsabili acquisti  
e proprietari  
**(65.000 NOMINATIVI)**

■ **Operatori, enti, iscritti**  
newsletter sito internet, fornitori  
di prodotti/servizi, giornalisti  
e consulenti che a vario titolo  
operano nel settore  
dell'hôtellerie

NEWSLETTER Hotel Mag - Gennaio 2023

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



NEWSLETTER  
Hotel Mag  
Gennaio 2023

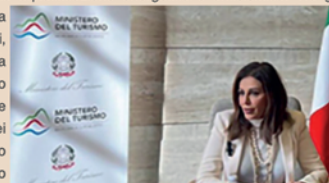
LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

## turismo

d'Italia

### Fri-Tur, arriva il nuovo incentivo per le strutture

Con una dotazione di un miliardo 380 milioni di euro e con la pubblicazione della piattaforma dal 30 gennaio 2023 parte il nuovo incentivo per favorire un salto di qualità delle strutture ricettive italiane. Si chiama Fri-Tur 'Fondo rotativo imprese per il sostegno alle imprese e gli investimenti di sviluppo nel turismo', ed è promosso dal ministero del Turismo e gestito da Invitalia. L'incentivo (Misura M1C3 investimento 4.2.5 del Pnrr) è previsto nell'ambito del sistema di fondi integrati per la competitività delle imprese turistiche, di titolarità del ministero del Turismo. Si rivolge, tra gli altri, ad alberghi, agriturismi, stabilimenti balneari e termali, strutture ricettive all'aria aperta, porti turistici, imprese del settore fieristico e congressuale. Sono richiesti investimenti medio-grandi, compresi tra 500mila e 10 milioni di euro, che puntano sulla sostenibilità e sulla digitalizzazione, in particolare sulla riqualificazione energetica e antisismica. Tra gli interventi agevolabili l'eliminazione delle barriere architettoniche, la manutenzione straordinaria, la realizzazione di piscine termali, l'acquisto di arredi. Due le forme di agevolazione: contributo diretto alla spesa, concesso dal ministero del Turismo, e un finanziamento agevolato, concesso da Cassa Depositi e Prestiti. Entrambe le agevolazioni verranno concesse sulla base della valutazione dei progetti affidata a Invitalia. La domanda potrà essere presentata sul sito di Invitalia dal 1° marzo 2023. "Una misura - ha sottolineato il ministro del Turismo, Daniela Santanchè (nella foto) - che prevedeva uno stanziamento di 180 milioni, ma che è stato integrato con 600 milioni deliberati dal Cipe concessi a Cdp, ai quali si affiancano prestiti di pari importo e durata erogati dal settore bancario a condizioni di mercato. Questo consentirà alle nostre imprese di essere maggiormente competitive e al passo con i cambiamenti del settore".



Intesa Sanpaolo, in collaborazione con Federalberghi, organizza un seminario online nel corso del quale verranno illustrate le caratteristiche del Fondo rotativo per il sostegno alle imprese e agli investimenti nel turismo (Fri-Tur). Il webinar sul tema si svolgerà a breve.

EXPO  
**BEACTIVE**  
Travel • Adventure • Sport

### Rimodulazione proposte progettuali e proroga inizio lavori

Il ministero del Turismo ha pubblicato il decreto di approvazione di rimodulazione delle proposte progettuali Pnrr 'Miglioramento delle infrastrutture di ricettività attraverso lo strumento del Tax credit'. Il provvedimento dispone l'approvazione degli elenchi definitivi, con le 1061 imprese per le quali è stata autorizzata la rimodulazione: 1018 per le quali la rimodulazione non ha determinato variazione dell'importo ammesso a beneficio e 43 imprese per le quali la rimodulazione ha determinato variazione dell'importo. Gli interventi finanziati dalla misura M1C3-4.2.1 del Pnrr sarebbero dovuti iniziare entro sette mesi dalla data di pubblicazione dell'elenco dei beneficiari, vale a dire entro il 27 gennaio 2023, ma, tenuto conto che 2036 imprese, pari al 65% del totale di quelle finanziate, hanno subito una riduzione dell'importo concesso rispetto a quanto richiesto delle spese ammissibili, il ministero del Turismo, accogliendo le istanze di Federalberghi, ha consentito alle imprese beneficiarie di modificare la scheda progetto originariamente presentata, ricalcolando l'ammontare dell'investimento. Considerando, poi, che il decreto con cui sono state approvate le richieste di rimodulazione delle proposte progettuali è stato approvato il 26 gennaio 2023 ed è stato portato a conoscenza delle imprese il giorno successivo, Federalberghi ha rappresentato al Ministero la difficoltà di procedere ai vari adempimenti in un così breve lasso di tempo. Pertanto, con avviso pubblico del 28 gennaio, è stato prorogato di un mese il termine per l'inizio degli interventi.

# Soggiorno a rate in hotel: la formula di Scalapay

La partnership siglata con la società del 'buy now pay later' consente di cedere, a condizioni agevolate, il credito vantato nei confronti del cliente e di ricevere immediatamente l'intero importo

**I**l progetto di un soggiorno in hotel per la vacanza acquista appeal grazie al nuovo accordo tra Scalapay e Federalberghi, che prevede la possibilità di una dilazione dei costi: con la formula che suddivide in 3 rate i pagamenti previsti per la sistemazione in hotel, la scelta della struttura ricettiva avrà più peso nella programmazione del viaggio. In un periodo di consistente aumento dei costi e contemporaneamente di minore disponibilità di spesa, il tema di agevolare i pagamenti anche attraverso nuovi sistemi digitali e accessibili è diventato un elemento ormai essenziale, in particolare per quel che riguarda la fascia di età tra i 18 e i 40 anni. Inoltre, da una ricerca Scalapay del 2021 l'84% si dichiarava disposto ad aumentare i giorni di soggiorno se vi fosse stata la possibilità di pagare l'importo totale in tre rate.

La nuova partnership tra la società del 'buy now pay later' e la federazione degli albergatori italiani rappresenta un passo importante verso una clientela che richiede di prenotare in modo flessibile e rapido, e rappresenta un vantaggio per l'albergatore, che avrà la possibilità di ricevere immediatamente la somma totale del soggiorno programmato nella propria struttura. Grazie alla convenzione, Federalberghi offre, quindi, la possibilità, per le sue strutture ricettive, di cedere il credito, a condizioni agevolate, vantato nei confronti del cliente, mentre l'albergatore potrà ricevere immediatamente l'intero importo, senza dover attendere che il cliente effettui il pagamento delle rate e senza doversi preoccupare di eventuali insoluti.

“Collaborare con Federalberghi significa avere un canale di ascolto delle esigenze di oltre 27mila strutture ricettive italiane – ha commentato Matteo Ciccalé, partnerships director travel di Scalapay –, ma anche di mettere a disposizione degli albergatori un potenziale di clientela di circa 2,5 milioni in Europa. Per questo, insieme,

rispondiamo alla necessità dell'ospitalità di una nuova modalità di pagamento in 3 rate senza interessi, che elimina qualsiasi operatività d'incasso alla struttura e al contempo apre un nuovo canale di acquisizione clienti per aumentare le vendite dirette”.

“Abbiamo siglato questo accordo – ha affermato Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi – nella piena convinzione che rappresenti un valore aggiunto per la

nostra clientela, che nella struttura ricettiva cerca sempre più servizi e facilitazioni. Dal punto di vista dell'albergatore, ci si sentirà in parte alleviati da aspetti burocratici finanziari che spesso sottraggono energia e tempo da dedicare invece all'operatività e alla funzionalità delle nostre imprese. Con questa iniziativa si è aperta una nuova strada verso la semplificazione, e sono certo che la formula sia vincente”.



## Le commissioni per gli associati

In base ai termini della convenzione stipulata con Scalapay sono previste commissioni agevolate per i soci del sistema Federalberghi, comprensive di commissione variabile e sconto di cessione. Di seguito una sintesi: **3,8%** (anziché 4,49%) per le aziende con fatturato diretto sino a un milione di euro; **3,49%** (anziché 3,99%) per le aziende con fatturato diretto compreso tra uno e 5 milioni; **2,99%** (anziché 3,49%) per le aziende con fatturato diretto superiore a 5 milioni. Inoltre, su tutte le transazioni, è dovuta una commissione fissa pari a 30 centesimi. Per fatturato diretto si intende quello transato direttamente dalla struttura ricettiva. In caso di sottoscrizione dei contratti entro il 31 gennaio 2023 per le aziende con un fatturato inferiore ai 5 milioni di euro verrà applicata una commissione del 3,5%, oltre alla commissione fissa di 30 centesimi. L'importo massimo rateizzabile per ciascuna transazione varia in base al volume di affari dell'hotel e arriva a un massimo di 3mila euro a transazione. Per aderire al servizio offerto da Scalapay occorre effettuare la registrazione compilando un form.



# Affitti brevi: sentenza Ue contro l'evasione fiscale

Si stringe il cerchio attorno ai grandi portali. La Corte di giustizia europea, rigettando le tesi di Airbnb, ha sancito l'obbligo di riscossione della cedolare secca. La verità sugli annunci pubblicati in Italia



Corte di giustizia dell'Unione europea

**A**irbnb deve riscuotere e versare allo Stato italiano la cedolare secca sugli affitti brevi. È questo il succo della sentenza pronunciata a Lussemburgo dalla Corte di giustizia dell'Unione europea, a conclusione della vertenza iniziata nel 2017. Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, nell'esprimere apprezzamento sul pronunciamento della Corte, ha ricordato che "la federazione è intervenuta nel giudizio al fianco dell'Agenzia delle Entrate per promuovere la trasparenza del mercato, nell'interesse di tutti gli operatori, perché l'evasione fiscale e la concorrenza sleale danneggiano tanto le imprese turistiche tradiziona-

li quanto coloro che gestiscono in modo corretto le nuove forme di accoglienza".

La sentenza segna un punto importante, ma resta del percorso da compiere. I prossimi passi toccano al Consiglio di Stato, che dovrà pronunciarsi recependo la sentenza europea, per consentire poi all'Agenzia delle Entrate di recuperare le imposte non pagate durante sei anni di inadempienza, applicando le relative sanzioni. "In parallelo – ha aggiunto Bocca – chiediamo al Governo e al Parlamento di mettere ordine nella giungla degli appartamenti a uso turistico, che si nascondono dietro la foglia di fico della locazione, ma che, in realtà, operano a tutti gli effetti

come strutture ricettive, e quindi devono essere soggetti alle medesime regole di base previste per alberghi, affittacamere e bed and breakfast".

## LE BUGIE DELLA SHARING ECONOMY

Secondi le elaborazioni Incipit consulting e Centro Studi Federalberghi su dati Inside Airbnb, ad agosto 2022, gli annunci relativi ad alloggi italiani pubblicati su Airbnb erano 440.305. L'analisi dei dati conferma, ancora una volta, le quattro grandi "bugie" della cosiddetta sharing economy. 1° - Non è vero che si condivide l'esperienza con il titolare: più di tre quarti degli annunci (l'81%) si riferisce all'affitto di interi appartamenti in cui non abita nessuno. 2° - Non è vero che si tratta di forme integrative del reddito: sono attività economiche a tutti gli effetti. Quasi due terzi degli annunci (il 64,9%) sono pubblicati da persone che amministrano più alloggi, con casi limite di soggetti che ne gestiscono più di 6mila. 3° - Non è vero che si tratta di attività occasionali: più della metà degli annunci (il 57,8%) si riferisce ad alloggi disponibili per oltre sei mesi l'anno. 4° - Non è vero che le locazioni brevi tendono a svilupparsi dove c'è carenza di offerta: gli alloggi sono concentrati soprattutto nelle grandi città e nelle principali località turistiche dove è maggiore la presenza di esercizi ufficiali.

## Kit per gli organi di informazione e vigilanza

Per consentire alle organizzazioni aderenti di fornire al pubblico e alle istituzioni una rappresentazione efficace della consistenza e della diffusione del fenomeno, il Centro Studi di Federalberghi, con il supporto di Incipit consulting e Inside Airbnb, ha rilevato e analizzato tutti gli annunci pubblicati su Airbnb, elaborando un sintetico report per ciascun territorio. Alle associazioni territoriali e alle unioni regionali vengono inviate, via email, le principali evidenze emerse dall'analisi di tali annunci, che potranno essere trasmesse agli organi locali di informazione, accompagnate da una dichiarazione del proprio presidente. Le organizzazioni aderenti riceveranno anche l'elenco di tutti gli annunci relativi al territorio di competenza, che potrà essere condiviso con gli uffici di Polizia municipale, Guardia di Finanza, Inps, Direzione Provinciale del Lavoro ecc., al fine di favorirne l'attività di vigilanza.





# Verso la 73a Assemblea

Dopo Parma, per l'edizione 2022, anche quest'anno sarà una Capitale italiana della Cultura a ospitare il principale appuntamento nazionale della Federalberghi. "Bergamo-Brescia 2023" è stata, infatti, eletta sede dell'evento

**S**i svolgerà a Bergamo e Brescia, dal 12 al 14 maggio, la 73a Assemblea nazionale della Federalberghi. Le "due città in una", trasformate in un'unica meravigliosa Capitale della Cultura 2023, saranno lo splendido teatro dell'incontro più importante dell'anno nel mondo dell'hotellerie. In questo salotto a cielo aperto illuminato da arte, cultura e bellezza, si daranno appuntamento gli albergatori d'Italia guidati dal presidente, Bernabò Bocca.



## IL PROGRAMMA

### Venerdì 12 maggio

**Ore 14** Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo  
Assemblea della Federalberghi Terme e Assemblea di Federalberghi Extra

**Ore 15,30** Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo  
Assemblea privata della Federalberghi nazionale

**In serata** Relais Franciacorta, Brescia  
Cena di Gala

### Sabato 13 maggio

**Ore 10** Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo  
Convegno pubblico, con una folta platea costituita da albergatori, personalità istituzionali, addetti ai lavori e giornalisti

**Pomeriggio** Centro Congressi Giovanni XXIII di Bergamo  
Assemblea nazionale dei Giovani Albergatori

**In serata** Museo Santa Giulia di Brescia





Alla tua assistenza sanitaria  
ci pensiamo noi!

## PRESTAZIONI DIRETTE FONDO FAST

Consulta il piano sanitario diretto FAST

✉ [prestazioni@fondofast.it](mailto:prestazioni@fondofast.it)

## PRESTAZIONI IN CONVENZIONE UNISALUTE

Consulta il piano sanitario FAST

☎ numero verde unisalute 800.01.66.39

Via Toscana, 1 - 00187 Roma



Tel. 06 42034670

Fax 06 42034675



[info@fondofast.it](mailto:info@fondofast.it)



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

**FEDERALBERGHI**  
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo



# La forza delle convenzioni

Interessanti opportunità di business per gli associati che aderiscono agli accordi stipulati dalla federazione su base nazionale con realtà pubbliche e private. Da “Ospitalità sportiva” a “Ospitalità su misura”, le novità per il 2023 e le indicazioni per aderire al sistema veicolato da ItalyHotels

**I**l programma di convenzioni alberghiere promosso da Federalberghi offre agli alberghi associati la possibilità di accesso a importanti segmenti di mercato. Sono stati, infatti, realizzati numerosi accordi con enti pubblici e privati, ai quali viene offerta la possibilità di effettuare prenotazioni alberghiere usufruendo di tariffe agevolate.

Di seguito, gli elementi di principale interesse per le aziende alberghiere.

- **Commissioni** – Non è richiesta, alle aziende alberghiere, alcuna commissione in relazione ai servizi venduti ai soggetti convenzionati. Pertanto lo sconto praticato al cliente è compensato dall’assenza delle commissioni che normalmente vengono pagate ai portali di prenotazione.
- **Tariffe** – La struttura ricettiva che aderisce alle convenzioni si impegna ad applicare ai clienti convenzionati uno sconto minimo del 5% sulle tariffe effettivamente praticate online. Le tariffe preferenziali sono consultabili sul sito [www.convenzioni.italyhotels.it](http://www.convenzioni.italyhotels.it), in area riservata, che consente anche di effettuare la prenotazione in tempo reale.
- **Soggetti** – Il personale delle pubbliche amministrazioni, quando si reca in missione, è obbligato a pernottare presso strutture convenzionate. Per rispondere a tale esigenza è stata realizzata la convenzione “Federalberghi-Pubbliche Amministrazioni”, sottoscritta dallo Stato Maggiore della Difesa, da ministeri, Regioni, Province, Comuni, Università e altri enti, per un totale di circa 4 milioni di potenziali clienti. Una platea altrettanto numerosa è costituita dai soci delle federazioni sportive aderenti al Coni, per i quali Federalberghi ha elaborato la convenzione “Ospitalità sportiva”. Ulteriori accordi sono stati stipulati, nell’ambito della convenzione “Ospitalità su misura”, con enti e associazioni pubbliche e private, tra cui Federazione Moda Italia, Fondazione internazionale di assistenza sociale, Agenzia Mobilità Ambiente Territorio e Associazione Medaglie d’oro al valore atletico. L’accordo con Confcommercio coinvolge oltre un milione di persone.
- **Piattaforma** – Il sistema è basato su ItalyHotels, il portale di prenotazione del sistema Federalberghi, realizzato con Aec Vertical Booking. Tutte le aziende che aderiscono alle convenzioni sono pubblicate automaticamente anche su questo portale e sulle relative sezioni territoriali, senza costi aggiuntivi. Gli alberghi possono aggiornare automaticamente disponibilità di camere e prezzi, mediante il proprio channel manager. ItalyHotels ha già attivato l’interfaccia con numerosi operatori, tra cui lo stesso Vertical Booking, Blastness, Rate Tiger, Fastbooking, Booking Expert, Simplebooking, EasyChannelManager, Figaro, Leoportal, ParityRate, Sysdat, WuBook, Gpdati, Passepartout, MMone, IperChannelManager, Ericsoft, Hotel-net, ErmesHotels, Phobs, Otelia, Hotnew, Terotero, Ih Selena, Vivido, Octorate, Bookingevolution, Mycomp e Beddy. Le organizzazioni aderenti possono proporre di collegare al portale ulteriori channel manager.
- **Costi** – In caso di prima adesione il corrispettivo è di 183 euro (150 + Iva) per ciascuna struttura ricettiva, e comprende anche l’elaborazione, la traduzione in inglese e il primo caricamento della scheda hotel. Per le strutture alberghiere che l’anno scorso hanno aderito alle convenzioni e che nel corso del 2022 hanno ricevuto prenotazioni tramite il sistema, il costo del rinnovo è di 91,50 euro (75 + Iva). Qualora, invece, la struttura non abbia ricevuto prenotazioni nel corso del 2022, il rinnovo sarà gratuito. Il corrispettivo pagato dall’albergo dà diritto a usufruire del servizio per un periodo di dodici mesi a decorrere dalla data di pagamento. Per le aziende che beneficiano del rinnovo gratuito, il termine sarà il 31 dicembre 2023.





## Federalberghi offre ai propri soci

una tutela a 360° che comprende rappresentanza istituzionale, relazioni sindacali, consulenza, informazione, opportunità di business, convenzioni per ottenere sconti e agevolazioni, finanziamenti per la formazione, studi e ricerche, sicurezza sul lavoro, assistenza sanitaria, previdenza complementare ... e tanto altro.



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



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



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



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



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



[www.hotrec.org](http://www.hotrec.org)



[www.10q.it](http://www.10q.it)



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



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



[www.conventionbureau.com](http://www.conventionbureau.com)



[www.icctalia.org](http://www.icctalia.org)



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



[www.unibocconi.it/met](http://www.unibocconi.it/met)



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



[www.hoistgroup.com](http://www.hoistgroup.com)



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



[www.resbd.com](http://www.resbd.com)



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



[www.verticalbooking.com](http://www.verticalbooking.com)



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



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



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

## Vuoi saperne di più sul sistema Federalberghi?

Rivolgiti con fiducia ad una delle 145 associazioni territoriali e regionali degli albergatori aderenti a Federalberghi.

I recapiti sono disponibili sul sito [www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)



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



[www.sospediatra.org](http://www.sospediatra.org)



[www.mediahotelradio.com](http://www.mediahotelradio.com)

# Decreto aiuti quater: le misure

Nuove risorse per fronteggiare i rincari energetici e per l'acquisto dei registratori telematici



merciali, per l'acquisto di energia elettrica e gas naturale. Confermate le aliquote potenziate del credito di imposta pari a 40% per le imprese energivore e gasivore e 30% per imprese piccole che usano energia con potenza dai 4,5 kW.

**Sostegno per caro bollette** - Per fronteggiare l'incremento dei costi dell'energia le imprese potranno richiedere ai fornitori la rateizzazione, per un massimo di 36 rate mensili, degli importi dovuti relativi alla componente energetica di elettricità e gas naturale per i consumi effettuati dal 1° ottobre 2022 al 31 marzo 2023 e fatturati entro il 30 settembre 2023. Sace è autorizzata a concedere una garanzia pari al 90% degli indennizzi generati dalle esposizioni relative ai crediti vantati dai fornitori di energia elettrica e gas naturale residenti in Italia.

**Credito d'imposta acquisto registratore telematico** - Stanziati 80 milioni di euro per la concessione di un credito d'imposta agli esercenti per la trasmissione della fattura telematica all'Agenzia delle Entrate. Il contributo è pari al 100% della spesa sostenuta, fino a 50 euro per ogni registratore telematico acquistato.

**È** stato convertito in legge il decreto "aiuti quater". Tra le diverse integrazioni e correzioni introdotte figurano la proroga dei termini per la compensazione dei crediti di imposta per l'acquisto di energia elettrica e gas relativi al terzo e al quarto trimestre del 2022, la possibilità di richiedere la rateizzazione delle bollette e il credito d'imposta per i registratori telematici.

Con questo decreto il governo stanziava risorse per 9,1 miliardi di euro provenienti dall'extragetito fiscale, autorizzato dal Parlamento per finanziare interventi contro il caro energia.

**POSSIBILITÀ  
DI RICHIEDERE  
IL PAGAMENTO  
RATEIZZATO  
DELLE BOLLETTE**

Di seguito le principali misure.

**Benefit aziendali esentasse** - Innalzamento nell'anno 2022 del tetto dell'esenzione fiscale dei fringe benefit aziendali fino a 3mila euro. Si tratta di una misura che punta a rendere più pesanti gli stipendi, attraverso il rimborso anche delle utenze acqua, luce e gas.

**Proroga credito d'imposta per caro bollette** - Con uno stanziamento di 3,4 miliardi di euro è stato prorogato fino al 31 dicembre 2022 il contributo straordinario, sotto forma di credito d'imposta, a favore delle imprese e delle attività come bar, ristoranti ed esercizi com-

## Turismo montano: i fondi per salvare lo sci

La Legge di bilancio 2023 ha previsto misure di finanziamento per il settore del turismo di montagna in Italia, attraverso la creazione di un fondo da destinare alle imprese esercenti attività di risalita e innevamento artificiale, pari a 200 milioni di euro nei prossimi quattro anni. Tra le misure approvate, alcune riguardano in particolare interventi di ristrutturazione, ammodernamento e manutenzione degli impianti di risalita a fune per garantire la sicurezza e migliorare l'attrattività turistica, e incentivi per la conservazione della neve attraverso l'innnevamento programmato, per prolungare la stagione sciistica e aumentare la fruibilità dei comprensori montani.

Per quanto riguarda la neve artificiale, l'obiettivo è di allungare la stagione sciistica: è previsto un milione di euro annui dal 2023 al 2026 per dare vita a progetti pilota di snow-farming, ovvero raccolta, conservazione e trasporto della neve artificiale su piste e impianti anche in presenza di temperature invernali elevate.





# Appuntamenti del settore 2023

MANIFESTAZIONE	DATA	LOCATION
<b>IMTM</b> <a href="https://www.imtm-telaviv.com/">https://www.imtm-telaviv.com/</a>	14-15 Febbraio	Tel Aviv
<b>LOOP LUXURY FAIR</b> <a href="https://www.loop-luxury-fair.com/en">https://www.loop-luxury-fair.com/en</a>	2-5 Marzo	Budapest
<b>ITB</b> <a href="https://www.itb.com/en">https://www.itb.com/en</a>	7-9 marzo	Berlino
<b>WTM Latin America</b> <a href="https://www.wtm.com/latin-america/en-gb.html">https://www.wtm.com/latin-america/en-gb.html</a>	3-5 Aprile	San Paolo
<b>ATM</b> <a href="https://www.wtm.com/atm/en-gb.html">https://www.wtm.com/atm/en-gb.html</a>	1-4 Maggio	Dubai
<b>T- Fest</b> <a href="https://www.travel-fest.com/festival-chapter-4">https://www.travel-fest.com/festival-chapter-4</a>	7-10 Maggio	Mayakoba (Messico)
<b>IMEX</b> <a href="https://www.imex-frankfurt.com/">https://www.imex-frankfurt.com/</a>	23-25 Maggio	Francoforte
<b>ILTM Asia Pacific</b> <a href="https://www.iltm.com/asia-pacific/en-gb.html">https://www.iltm.com/asia-pacific/en-gb.html</a>	19-22 Giugno	Singapore
<b>ILTM North America</b> <a href="https://www.iltm.com/north-america/en-gb.html">https://www.iltm.com/north-america/en-gb.html</a>	18-21 Settembre	Baha Mar (Bahamas)
<b>FIT America Latina</b> <a href="https://fit.org.ar/en/">https://fit.org.ar/en/</a>	30 Sett.-3 Ott.	Buenos Aires
<b>IFTM</b> <a href="https://www.iftm.fr/fr-fr.html">https://www.iftm.fr/fr-fr.html</a>	3-5 Ottobre	Parigi
<b>TTG TRAVEL EXPERIENCE - INOUT (SIA - SUN)</b> <a href="https://www.ttgexpo.it/">https://www.ttgexpo.it/</a> - <a href="https://www.siaexpo.it/">https://www.siaexpo.it/</a>	11-13 Ottobre	Rimini
<b>WORLD ROUTES</b> <a href="https://www.routesonline.com/events/244/routes-world-2023/">https://www.routesonline.com/events/244/routes-world-2023/</a>	15-17 Ottobre	Istanbul
<b>IGTM</b> <a href="https://www.igtmarket.com/">https://www.igtmarket.com/</a>	6-19 Ottobre	Lisbona
<b>IMEX AMERICA</b> <a href="https://www.imexamerica.com/">https://www.imexamerica.com/</a>	17-19 Ottobre	Las Vegas
<b>ITB Asia</b> <a href="https://www.itb-asia.com/">https://www.itb-asia.com/</a>	25-27 Ottobre	Singapore
<b>TEJ Tourism Expo Japan</b> <a href="https://www.t-expo.jp/en/biz">https://www.t-expo.jp/en/biz</a>	26-29 Ottobre	Osaka
<b>LOOP LEISURE AUTUMN</b> <a href="https://www.lobster-event.com/en/event-details/loop-leisure-autumn-2023">https://www.lobster-event.com/en/event-details/loop-leisure-autumn-2023</a>	29 Ott.-2 Nov.	Costa Navarino (Grecia)
<b>WTM</b> <a href="https://www.wtm.com/london/en-gb.html">https://www.wtm.com/london/en-gb.html</a>	6-8 Novembre	Londra
<b>QTM Qatar Travel Mart</b> <a href="https://qtmqatar.com/home">https://qtmqatar.com/home</a>	20-22 Novembre	Doha
<b>IBTM WORLD</b> <a href="https://www.ibtmworld.com/">https://www.ibtmworld.com/</a>	28-30 Novembre	Barcellona
<b>ILTM Cannes</b> <a href="https://www.iltm.com/cannes/en-gb.html">https://www.iltm.com/cannes/en-gb.html</a>	4-7 Dicembre	Cannes







## UNA STORIA DI **QUALITÀ**

Ogni storia ha radici profonde nel passato e la nostra è lunga 85 anni.  
Il presente cela il primo passo verso il futuro e la nostra proposta superautomatica  
incarna l'evoluzione delle migliori qualità del DNA Gaggia,  
con tecnologie innovative che garantiscono ad ogni assaggio un sapore a cinque stelle.



[WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM](http://WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM)

**GAGGIA**  
MILANO

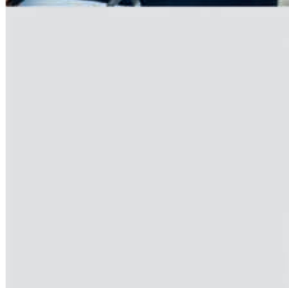
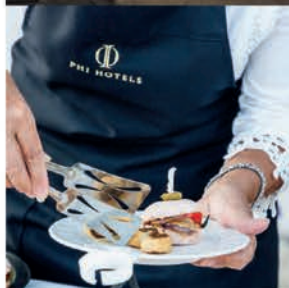
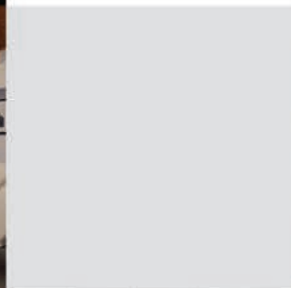
SEGUICI SU





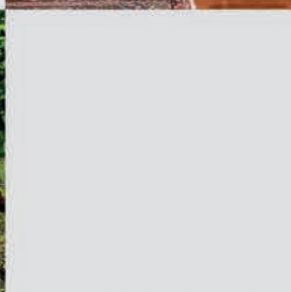


PHI HOTELS



## FEEL WELCOME

Phi Hotels raggruppa hotel unici in località di grande fascino e interesse, accomunati dalla qualità del servizio e dall'attenzione ai dettagli, dedicati a chi viaggia per piacere e per lavoro.



[www.phi-hotels.com](http://www.phi-hotels.com) | follow us  

