



**ALBERGHI O HOTEL**

***Strutture ricettive alberghiere***

| Alberghi o Hotel……………………….. | 1 |
| --- | --- |
| Competenze trasversali……………. | 2 |
| Promozione Alberghi o Hotel….... | 3 |
| Investimento necessario...………… | 3 |
| Riferimenti Utili…..…………………… | 4 |

## Alberghi o Hotel

**Sono Alberghi o Hotel le strutture con capacità ricettiva totale o prevalente in camere, con eventuale capacità ricettiva residuale in unità abitative; essendo classificate come strutture ricettive alberghiere esse sono organizzate per fornire al pubblico, con gestione unitaria** (la struttura non può essere gestita da soggetti diversi), **alloggio in almeno sette camere con o senza servizio autonomo di cucina, e altri servizi accessori per il soggiorno, compresi eventuali servizi di bar e ristorante.**

**L’Albergo o Hotel è dunque un’impresa ricettiva che fornisce alloggio, previo pagamento, per soggiorni brevi prevalentemente a turisti**.

Inoltre vi è l’obbligo del:

* Rispetto normative fiscali e di sicurezza.
* SCIA al Comune competente per territorio.
* Comunicazione flussi.
* Denuncia degli Ospiti a Autorità Pubblica Sicurezza
* Stipula Assicurazione Responsabilità Civile verso i clienti
* Esposizione tariffe e prezzi redatti in italiano e in almeno due lingue straniere.
* Presenza nel Registro Regionale suddiviso per tipologie (online).

In coordinamento con le altre regioni e nel rispetto degli standard minimi uniformi sul territorio nazionale, la Giunta Regionale predispone un sistema di classificazione omogenea sul territorio regionale per tutte le strutture ricettive alberghiere al fine di garantire la qualità dei servizi, tenendo conto anche degli orientamenti a livello internazionale. **La classificazione per le strutture ricettive alberghiere e all'aria aperta è rappresentata da stelle attribuite sulla base di parametri tecnici e servizi forniti.**

**La classificazione attribuita alla struttura ricettiva deve essere visibile al pubblico sia all'esterno sia all'interno della stessa**, mentre la valutazione integrativa con gli eventuali servizi aggiuntivi offerti deve essere esposta al pubblico all'interno della struttura ed eventualmente anche all'esterno. **I gestori delle strutture ricettive sono tenuti a dare massima visibilità alla classificazione** e alla valutazione integrativa anche con scritti o stampati o supporti digitali o in qualsiasi altro modo utilizzato per la commercializzazione dell'attività.Recentemente, gli Alberghi o Hotel forniscono un alto numero di servizi agli ospiti e dotano le camere di ogni comfort richiesto. Le strutture infatti degli Alberghi o Hotel includono anche al loro interno ristoranti, piscine, servizi di vario genere per bambini, sale conferenze, al fine di incoraggiare gruppi di persone ad organizzare convegni nel proprio stabile.

Nell’immaginario comune l’Albergo è spesso sinonimo di lusso, di proibitivo ed esclusivo. Ma oggigiorno il lusso non è più squisitezza, raffinatezza ed eleganza, ma spesso e volentieri è sinonimo di esclusività. Un’esclusività non data solo dalla possibilità di permettersi l’acquisto di un bene escluso ai più, ma anche dalla facoltà di accaparrarsi il privilegio di fare un’esperienza eccezionale ed irripetibile.

Da qui talvolta la trasformazione degli Alberghi e degli Hotel da sempre emblema del lusso e dello sfarzo in prefabbricati di grande appeal estetico, dotati di tutti i più moderni comfort per la produzione di sofisticate ricette, camere da letto con tappezzerie personalizzabili anticipatamente attraverso un sistema di design digitale, e bagni dotati di sauna e doccia con cromoterapia e aromaterapia. **L’Albergo si sta, dunque, trasformando in un luogo non solo dove soggiornare, ma anche dove ricercare esperienze, panorami e comfort inusuali nella vita quotidiana.**

## Competenze trasversali

Le competenze trasversali richieste per questo tipo di professione risultano essere molteplici; dalle **capacità organizzative e manageriali,** **allo spirito di iniziativa, al carattere dinamico ed intraprendente.** Il titolare deve infatti, possedere caratteristiche affini ad un **manager d’impresa in ambito economico, normativo, organizzativo e gestionale dei diversi settori.** Deve inoltre **possedere doti comunicative, relazionali e di diplomazia**, da impiegare non solo con il personale ma con tutti i soggetti con i quali entrerà in contatto, a partire dalla stessa clientela. Nel caso **l’attività venga svolta con la partecipazione di uno o più soci è necessario un rapporto di fiducia e di collaborazione con gli stessi e con il personale**.



Bisognerà prestare attenzione ai particolari, usando la massima discrezione, rispettando la privacy della clientela. Creare **un rapporto di fiducia con il cliente servirà soprattutto a generare un “passaparola” benefico** che non potrà che giovare all’attività. **Stile, personalità e professionalità faranno da contorno all’immagine e alla filosofia dell’albergo che essi rappresentano.**

*Promozione Alberghi o Hotel*

**Per promuovere questa struttura ricettiva** alberghiera occorre innanzitutto fare una **buona analisi del mercato a cui ci rivolgiamo e dell’esigenze di tale target. Sarà utile, inoltre, analizzare il territorio con i suoi punti di forza e di debolezza, studiare i possibili concorrenti per differenziarsi da essi**. Durante la costruzione o la ristrutturazione, bisognerà tener conto delle peculiarità della struttura che si intende creare. Fatte queste valutazioni, si può procedere a promuover l’Albergo o l’Hotel. **Il web, ad esempio, rappresenta un valido strumento di promozione.** Quasi tutti i potenziali ospiti, infatti, utilizzano al giorno d’oggi il web per cercare la struttura dove alloggiare, nonché per conoscere in anteprima le caratteristiche e l’adeguatezza rispetto alle proprie esigenze ed aspettative. **Un sito web organizzato, interattivo ed aggiornato sarà un buon biglietto da visita, se poi sarà ben posizionato all’interno del motore di ricerca e multilingua, l’Albergo sarà più facilmente rintracciabile.**

**È una buona strategia di marketing promuovere, attraverso i social network, offerte e pacchetti turistici**, che attireranno molta più clientela. Un booking online semplice e veloce, una descrizione chiara dei servizi, **una buona reputazione on-line faranno da traino per l’utenza**. Per il gestore sarà importante guadagnarsi **un rapporto di fiducia con il cliente e fidelizzarlo**, ciò servirà **soprattutto a generare un “passaparola” benefico** che non potrà che giovare all’attività.

*Investimento necessario*

**Il Business plan è lo strumento essenziale per pianificare la realizzazione di una struttura ricettiva.** L’investimento necessario per l’avvio di un’attività alberghiera è molto variabile e soggetto a diversi fattori: tipo di edificio che si vuol creare, qualità dei materiali, zona di edificazione e tipo di servizi che si vuole offrire alla clientela. In generale, i costi di realizzazione sono questi:

* Costruzione dell’edificio (impianti, tecnologie, opere edili e strutturali, ecc.).
* Arredamento.
* Progettazione.
* Formazione personale.



La ristrutturazione non dovrebbe mai superare il 40% dei costi sostenuti e mediamente diventa necessaria ogni 7 anni.

È auspicabile che l’investimento di costruzione e ristrutturazione venga recuperato in un periodo di tempo di circa 6-8 anni.

*Riferimenti Utili*

www.federalberghi.it

www.hotels.com

www.booking.com

www.trivago.it