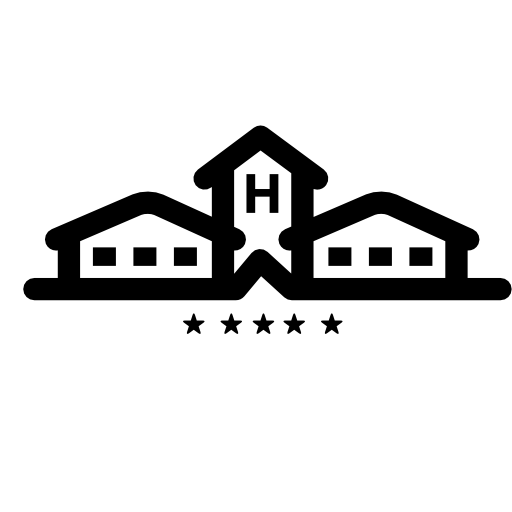
 *Condhotel*

**condhotel**

*Struttura ricettiva alberghiera*

| Condhotel…………………..……………….. | 1 |
| --- | --- |
| Competenze trasversali…...…………... | 2 |
| Promozione del Condhotel..…………. | 3 |
| Investimento necessario……………… | 3 |
| Riferimenti Utili..……………..………….. | 4 |



I **Condhotel** sono una **tipologia innovativa di esercizi alberghieri aperti al pubblico, a gestione unitaria, composti da uno o più unità immobiliari, o parti di esse, ubicate nello stesso Comune, che forniscono alloggio, servizi accessori ed eventualmente vitto in camere destinate alla ricettività e, in forma integrata e complementare, in unità abitativa a destinazione residenziale, dotate di servizio autonomo di cucina**. La superficie delle unità abitative a destinazione residenziale non può superare il 40% della superficie complessiva dei compendi immobiliari a destinazione alberghiera e, per la parte residenziale, non potrà in alcun modo beneficiare degli aumenti delle cubature riservate dagli strumenti urbanistici alle superfici destinate a funzioni turistico– ricettive. 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.

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.

**Il condhotel è dunque una particolare forma di proprietà condivisa.** Chi costruisce

o ristruttura un Condhotel vende le singole camere, o più spesso suite, che sono regolarmente accatastate. Sono camere, appunto, e non case e, quindi, hanno una ben specifica destinazione d’uso: non sono perciò multiproprietà.

La missione del Condhotel è di introdurre in Italia l’acquisto della camera di albergo e di offrire ai compratori i comfort della vacanza in albergo uniti alla sicurezza e alla redditività dell’investimento immobiliare. Infatti, il privato acquistando queste singole unità immobiliari, può usufruirne per un periodo e per il resto ne concede l’uso alla società che gestisce la struttura. Dunque è uno strumento che **si rivolge a coloro che possono permettersi lunghi periodi di vacanza e che amano trascorrerle in una precisa località.**

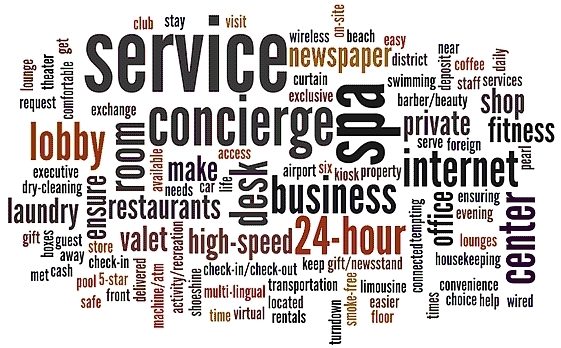


*Competenze trasversali*

Data la particolarità e l’innovativa idea ricettiva, **la gestione del Condhotel necessita di un gestore che abbia un’eccellente** **reputazione, una lunga esperienza nel settore degli hotel e grande autorevolezza**; per raggiungere un livello di vendite ottimale è infatti necessario garantire al cliente il valore del bene acquistato e un giusto brand di gestione. L’eventuale acquirente affiderà, infatti, al gestore l’immobile acquistato e vorrà quindi essere informato ex-ante sui servizi offerti, sul livello di esclusività, sulle date di apertura, per assicurarsi il reddito promesso.

La gestione di un Condhotel richiede importanti capacità imprenditoriali e gestionali**, il titolare deve essere in grado di soddisfare quel segmento di mercato interessato ad acquistare un immobile in quel preciso territorio.** La professionalità del titolare ed un rapporto di reciproca fiducia tra acquirente e gestore deve essere alla base**. Si tratta, infatti, di una formula rivolta ad un mercato di nicchia, che può permettersi lunghi periodi di vacanza e che ama trascorrerle in una precisa località.** Creare una squadra quindi in cui i vari attori promuovono il prodotto per un personale ritorno economico è necessario.

*Promozione del Condhotel*

Gestire un’attività complessa come quella del Condhotel può richiedere la gestione di numerosi fattori, che determineranno il successo o l’insuccesso dell’attività. **Uno dei primi problemi da affrontare è il Marketing iniziale, per avviare l’acquisto degli immobili. Innanzitutto bisogna fare una buona analisi del mercato a cui ci rivolgiamo, che sarà un pubblico più esperto ed esigente di un albergo tradizionale.** Bisogna chiedersi che prodotto vogliono questi clienti e che prezzo sono disposti a pagare. Sarà utile **analizzare il territorio con i suoi punti di forza e di debolezza**, la posizione geografica, studiare i possibili concorrenti per differenziarsi da essi. Durante la costruzione o la ristrutturazione, bisognerà **tener conto del design dell’immobile,** che deve essere soddisfare l’acquirente. 

Fatte queste valutazioni, si può procedere a promuovere il Condhotel. **La promozione attraverso il web,** ad esempio, è un ottimo modo per pubblicizzare una formula innovativa come il Condhotel, ma bisogna utilizzare questo strumento con cognizione di causa. Un sito web organizzato, interattivo ed aggiornato sarà un buon biglietto da visita, se poi sarà ben posizionato all’interno del motore di ricerca, il Condhotel sarà molto più facilmente rintracciabile. **Creare campagne banner, controllare la propria reputazione on-line e guadagnarsi un rapporto di fiducia con il cliente** servirà soprattutto a generare un “passaparola” benefico che non potrà che giovare all’attività.

*Investimento necessario*



Nel rispetto dei principi della progettazione ricettiva integrata, l’imprenditore deve tenere in considerazione i costi e l’investimento iniziale necessario all’apertura di tale attività. Bisogna considerare, ad esempio, gli eventuali costi di ristrutturazione degli immobili in cui si costituirà il Condhotel, i costi di esercizio e gestione di esso.

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.booking.com

www.trivago.it

www.tripadvisor.it.