

L'impresa alberghiera

*Servizio **centrale** e servizi accessori (**strettamente connessi**, **connessi**, **ulteriori**)*



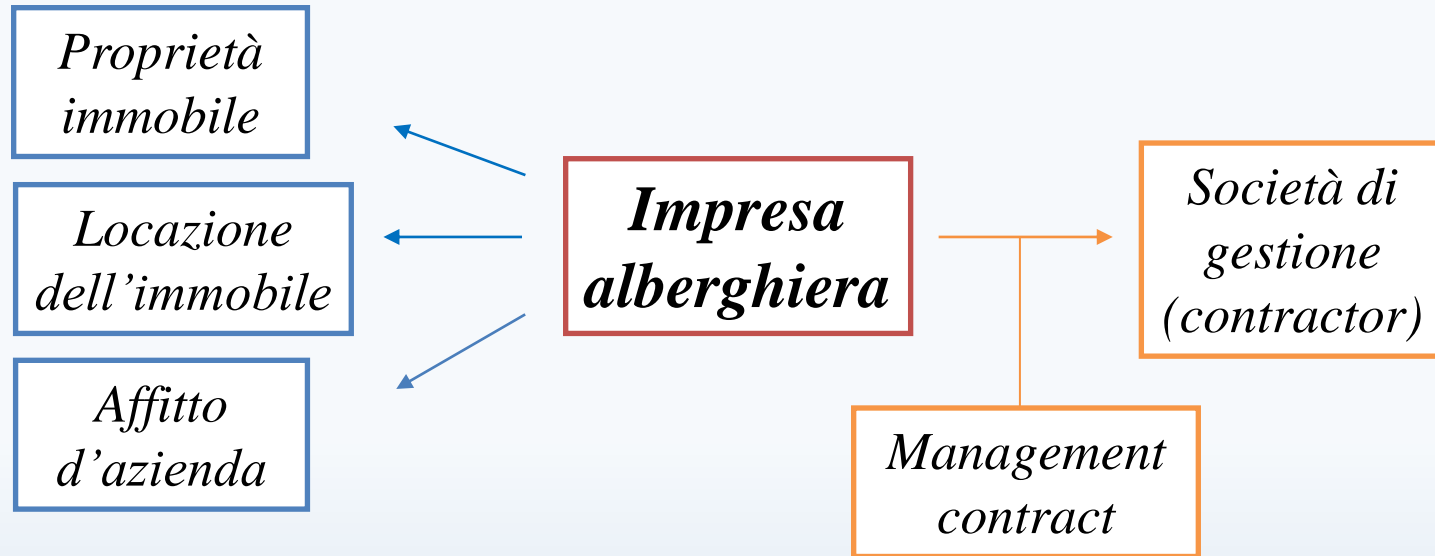
spazi e attrezzature per riunioni/congressi

Alcune classificazioni



Strutture/impresе alb. classificabili anche:

- *in base all'ubicazione*
- *alla durata (di transito, di sosta, residenziali)*
- *al periodo di apertura (a ciclo continuo o intermittente)*
- *alla dimensione: piccola, media, grande*



- ***Imprenditore locatario:*** il contratto dura 9 anni (o più) e può non essere rinnovato dal locatore che voglia apportare migliorie o esercitare in proprio. In tal caso spetta all'imprenditore un'indennità come riconoscimento di perdita di avviamento.
- ***Imprenditore affittuario (separazione fra proprietà azienda e impresa alberghiera):*** il rischio d'impresa è dell'affittuario e il proprietario ha diritto ad una remunerazione fissa, indipendente dal risultato economico.
- ***Management contract :*** l'impresa alb. (**client**) remunera il management (**contractor:** soggetto individuale o società di gestione) che gestisce impegnandosi al raggiungimento di determinati obiettivi

Le catene alberghiere

*«un insieme di strutture o di imprese alberghiere, omogenee rispetto a una o più caratteristiche (il livello qualitativo, il target, lo stile di gestione ecc.), che si presentano con un **marchio comune**, talvolta unico, talvolta in aggiunta alla propria insegna».*

*Il **marchio** è l'insieme degli elementi visuali e testuali che contraddistinguono un'azienda o un suo prodotto con l'obiettivo di renderli immediatamente riconoscibili e di distinguerli dalla concorrenza.*

*Marchio = **logo** (caratteristiche grafiche del nome)*

*+ **pittogramma** (simbolo grafico)*

*+ **payoff** (breve testo che sintetizza il valore del prodotto/azienda).*

STARHOTELS
L'ITALIA NEL CUORE

LH
THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD®


**RELAIS &
CHATEAUX**


ISTI HOTELS
Traditional Italian Hospitality

La **marca** (o **brand**) è l'insieme dei valori, delle sensazioni e delle emozioni evocati da un prodotto o da un'impresa nella mente dei consumatori.

Si possono distinguere:

- ✓ ***catene proprietarie***: *impresa multiunit o impresa che controlla più società alberghiere (gruppo);*
- ✓ ***catene basate su una collaborazione contrattuale*** *quale il franchising, l'associazione e il consorzio;*
- ✓ ***catene miste*** *che comprendono sia l'impresa alberghiera che ha la proprietà del marchio (spesso un gruppo) sia altre imprese che hanno aderito alla catena stipulando contratti di collaborazione.*

I vantaggi delle catene

- *Economie di scala (da acquisti comuni eda centralizzazione servizi)*
- *Politiche del personale (formazione, aggiornamento, utilizzo efficiente)*
- *Prenotazioni agevolate negli alberghi della catena*
- *Garanzia di qualità standard*
- *Maggiori risorse economiche per marketing, comunicazione ecc.*