

Nata grazie all'impulso di Expo 2015, un'azienda che gestisce affitti brevi in pochissimo tempo ha incrementato il proprio fatturato in modo esponenziale. E ora si appresta a creare una rete di franchising in Italia e all'estero.

Un business a rischio (e costo) zero

Un business nato quasi per caso, con la gestione di una decina di appartamenti di amici, in occasione di Expo 2015. Visto il successo, nel 2016 l'attività è stata strutturata in una srl: è nata così Home at Hotel. Oggi gli appartamenti gestiti su Milano e dintorni sono 50, il fatturato cresce a tre cifre, avvicinandosi al milione di euro. I progetti in atto sono ambiziosi: dallo scorso marzo si sta lavorando alla creazione di una rete di franchising. Ai potenziali partner Home at Hotel chiede solo professionalità e motivazione: non esiste una fee di ingresso, si può partire praticamente subito, perché a disposizione del franchisee vi sono la struttura e il know-how maturato dagli ideatori. Ne abbiamo parlato con Alessia Viotti, Ceo e con Ivano Semeraro, direttore commerciale.

Un business innovativo

Il business di Home at Hotel è chiaro: gestisce gli appartamenti di privati affittandoli per periodi brevi, fornendo una valida alternativa al soggiorno in hotel. Ma ci sono alcuni elementi, fondati sull'attenzione alla sostenibilità e alla tecnologia, che fanno sì che Home at Hotel si distingua dai competitor. La gran parte degli appartamenti è infatti dotata di serrature elettroniche gestibili tramite una App, nonché di termostati e condizionatori comandati da remoto. Inoltre, grazie a un accordo con una società di noleggio, il cliente di Home at Hotel può avere direttamente sotto casa un'auto elettrica per muoversi durante il soggiorno. Sempre in tema di sostenibilità, l'azienda ha sottoscritto un accordo con Sedici Alberi per compensare la CO₂ consumata, che prevede di piantare e mantenere un albero all'interno di un programma internazionale di riforestazione, attivo nelle aree a minore sviluppo del pianeta e più colpite dal disboscamento «Tutti i nostri ospiti» spiega Alessia Viotti «ricevono in regalo



Alessia Viotti e Ivano Semeraro.

il certificato di adozione dell'albero piantato grazie al loro soggiorno».

Un mercato ad alto potenziale

Home at Hotel si rivolge a un target di clienti medio-alto, e pertanto gli appartamenti devono essere "belli", funzionali e funzionanti. Non possono mancare il wi-fi, la lavatrice, la tv e devono poter ospitare almeno due



persone. Per rendere gli appartamenti maggiormente appetibili, Home at Hotel eroga ai proprietari una serie di servizi: dalle piccole migliorie alla ristrutturazione integrale, passando per una serie di accordi, per esempio quello con Fastweb. Quanto alle garanzie chieste ai clienti, è sufficiente una frase di Semeraro per chiarire la serietà dell'impresa: «I nostri appartamenti sono di certo il posto meno adatto per fare danni: i clienti sono infatti regolarmente registrati in questura e devono darci una carta di credito a garanzia».

Il progetto di franchising e i nuovi affiliati

Recentemente Home at Hotel ha deciso di espandere il business, creando una rete in franchising: un'interessante occasione di business per chiunque abbia capacità imprenditoriale e voglia di fare. Il rischio per gli affiliati è, infatti, pari a zero: non ci sono costi di ingresso, ma possono usufruire della struttura, dell'esperienza, degli accordi già sottoscritti e dell'immagine di Home at Hotel. Inoltre sono previsti affiancamenti, formazione e supporto continuo. «Ai nuovi affiliati» chiarisce Semeraro «chiediamo solo di lavorare con la nostra stessa qualità e con i nostri standard. Dal punto di vista economico, tratteniamo una piccola quota del fatturato. Pertanto, se non fatturano non ci devono nulla». Semeraro aggiunge inoltre che



A OTTOBRE SI SALE IN CATTEDRA
Home at Hotel intervverrà in veste di relatore al Summit organizzato da Antonio Leone, noto investitore immobiliare di cui l'azienda è partner. Focus dell'intervento, naturalmente, sarà la gestione professionale delle locazioni brevi. L'appuntamento è a Milano, il 5 e il 6 ottobre p.v.

«l'accordo non è in esclusiva e, pertanto, non ci sono limiti di espansione sia in Italia sia all'estero, rendendo tutte le aree potenzialmente appetibili». Ci sono un altro paio di vantaggi per i nuovi affiliati che vale la pena di ricordare: per i primi tre mesi non gli verrà prelevata alcuna quota (l'incasso è quindi netto) e, in più, per implementare il loro business, possono contare sia sul nutrito data base di clienti di Home at Hotel, che conta circa 13mila contatti a cui vengono costantemente comunicate le nuove aperture, sia su una serie di convenzioni con diverse aziende, anche multinazionali.



i Numero Verde 800 593239
<https://homeathotel.it>
info@homeathotel.it