

**HOTEL**

APRILE

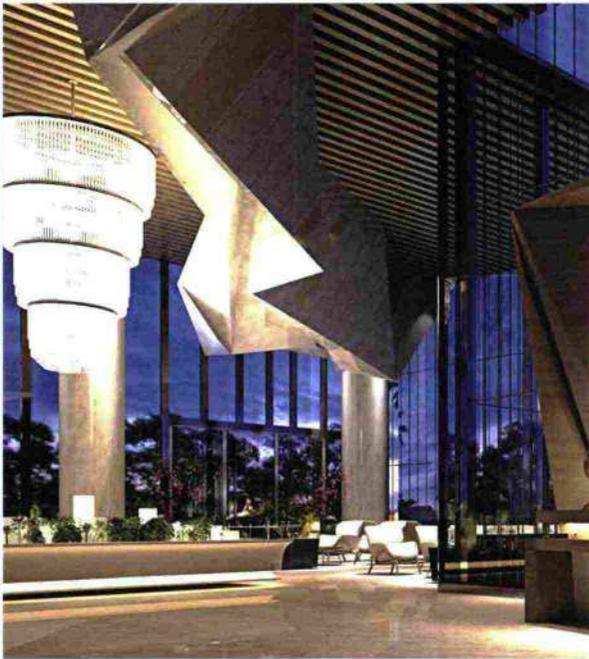
**118**

TREND TOPIC

# MONDO nolegg gio

Le formule dei beni strumentali "in affitto" sono scelte da molti hotel per i vantaggi in termini di efficienza, rendimento e comodità: ma in Italia non mancano le resistenze, spesso culturali. Abbiamo chiesto al Ceo di Domorental di spiegarci perché





**Il noleggio permette di rinnovare gli ambienti delle strutture ricettive con più facilità, in modo che siano sempre all'altezza delle aspettative degli ospiti. I più recettivi a questa formula sono i grandi brand che a loro volta richiedono ai proprietari migliori continue per rispettare precisi standard**

**Oggi è possibile prendere a nolo di tutto, dall'arredo a materassi, alle Tv, dagli impianti di sicurezza e condizionamento al software. A destra, Claudio Mombelli, Cco di Domorental**



di **Michele Scotto**

Applicare metodicamente i vantaggi del noleggio, sempre più "di casa" in tutti i settori produttivi del pianeta, anche al mondo dell'ospitalità. È questa una delle tendenze emerse negli ultimi anni, che hanno visto nascere aziende pensate proprio per garantire agli albergatori formule di locazione sui beni più disparati: così, oggi, è possibile "affittare" la mobilia per la hall e le suite come le strumentazioni tecnologiche, i tendaggi come i software. E ancora, i televisori, le cucine, gli impianti di condizionamento e molto altro, per non dire quasi tutto. Opportunità che naturalmente richiedono un cambio di filosofia, e che incontrano non poche resistenze, in Italia, specie nell'imprenditoria alberghiera più "tradizionalista".

### **Un'idea made in Usa**

Lo spiega bene Domorental, azienda di riferimento nel settore del noleg-

gio operativo e nata "dall'osservazione del comportamento dei manager americani - come racconta il Ceo Claudio Marco Mombelli - abituati a spostarsi frequentemente per lavoro. Per questa categoria, cambiare casa è abbastanza frequente, e quindi affittano appartamenti piuttosto che comprarli: e l'arredo segue lo stesso iter e viene anch'esso noleggiato. Negli Usa è una prassi comune, una best practice vera e propria".

Da qui l'idea di esportare il modello in Italia, dove però "è un po' più difficile applicarlo alle persone fisiche, e quindi abbiamo scelto di proporlo al mondo b2b, ospitalità compresa". E se i risultati hanno premiato l'idea, con "centinaia di operazioni, anche con soggetti di primaria importanza, negli ultimi cinque anni", gli spazi di crescita ulteriore per il settore sono riassumibili nel fatto che "in Paesi come la Francia e la Germania il valore dei noleggi è pari a venti volte quello del mercato italiano".

HOTEL  
DOMANI

APRILE

120

TREND TOPIC



### I vantaggi: il tutto compreso e la guest experience

Eppure una formula del genere, se applicata, permetterebbe secondo Mombelli di "trasmettere un senso di nuovo, di moderno, a ospiti che scelgono sempre più in base alla location, all'ambiente, all'atmosfera, e quindi agli interni e all'arredamento, che diventano ancor più elementi cardine di una struttura e vanno costantemente rinnovati. Invece buona parte della nostra ospitalità è caratterizzata da ambienti vetusti e incapaci di trasmettere bellezza". Altro plus garantito da questa formula è, secondo il Ceo, "che con il noleggio l'hotel ottiene una serie di servizi compresi nel canone, installazione e manutenzione programmata inclu-

### Tra le formule proposte c'è quella che prevede canoni crescenti in base alla prospettiva di sviluppo del fatturato dell'hotel

se: l'albergatore paga il servizio onnicomprensivo di tutti i supporti legati al bene o ai prodotti che sceglie. E parliamo di arredi, dai letti ai materassi, fino ai tendaggi. E poi le cucine, le parti comuni, la reception e la tecnologia, compresi gli impianti di sicurezza e di condizionamento, nonché i software per la gestione degli ospiti e del booking. In poche parole, a parte le mura, è noleggiabile tutto ciò che l'albergo ha come bene strumentale alla propria attività".

### Lusso promosso, tre stelle "rimandati"

A essere più recettivi sulle proposte di noleggio operativo si dimostrano "i grandi brand, che a loro volta richiedono ai proprietari di innovare continuamente, perché hanno degli standard e dei livelli di servizio che non possono essere trascurati: è per questo che le catene sono quelle più immediatamente sensibili al rinnovamento. Al secondo posto mettono gli hotel 4 e 5 stelle e le piccole catene familiari, che hanno una direzione acquisti e quindi una strategia, ele-

mento che rende il dialogo più semplice: sanno di dover apportare spesso migliorie per adeguare l'albergo alle richieste del mercato".

Un po' meno reattivi sono invece, secondo Mombelli, "gli alberghi 3 stelle e quelli di categoria inferiore, che hanno un approccio un po' statico e fanno fatica a comprendere la formula del noleggio, che spesso neanche conoscono. Vanno preparati anche da un punto di vista culturale, perché in alcuni casi considerano il noleggio solo, per esempio, per la macchina fotocopiatrice e per l'auto di servizio, e non si rendono conto che il noleggio può essere esteso tout court a tutti i beni strumentali all'interno del proprio ambito operativo. Cosa che invece hanno recepito i villaggi turistici, gli ostelli, gli studentati, categorie che non per caso figurano tra le nostre clienti".

### Quanto costa

Dal punto di vista economico, che tipo di dinamica comporta questa formula? "Nel nostro caso è molto semplice - rimarca Mombelli - perché sia-

mo un gruppo privato e non apparteniamo a nessun gruppo bancario - diversamente da altri competitor - e ciò significa che non siamo assoggettati ai vincoli tipici di quel mondo, ad esempio sulle durate contrattuali e sulle segnalazioni alle centrali rischi. In poche parole, possiamo offrire prodotti compiutamente personalizzati: siamo una boutique del noleggio, per così dire, e questo ci permette di fare proposte tailor made". Qualche esempio? "Una formula è quella che prevede canoni crescenti in base alla prospettiva di sviluppo di un fatturato, adatta ai nuovi alberghi. Oppure, per una realtà alberghiera non prettamente estiva né legata a una città d'arte, si può pensare a un noleggio triennale ma con una serie di mensilità senza canone, dei grace period". Sull'efficiamento energetico, tema caldo per gli albergatori, "per l'inserimento di pannelli solari o di colonnine di ricarica elettrica possiamo proporre un noleggio con uno sconto rispetto al costo della bolletta energetica. Dimostriamo che utilizzando - ad esempio - i pannelli solari, non solo il canone è più basso, e totalmente deducibile rispetto ai costi sostenuti, ma addirittura si risparmia e si può avere uno sconto ulteriore sul costo del canone. È un pay per saving mentre è un pay per performance quando si lega l'utilizzo del bene ai risultati che può generare: per un albergo che ha una percentuale di riempimento molto elevata, il canone si può correlare all'indice di occupazione delle camere. Non è facilissimo, ma oggi si può fare attraverso un software ad hoc, così che l'albergatore paga soltanto per l'uso e lo sfruttamento effettivo della camera".

“ ”

IL SERVIZIO È  
COMPRESIVO DI  
TUTTI I SUPPORTI  
COLLEGATI AI  
PRODOTTI SCELTI,  
INSTALLAZIONE E  
MANUTENZIONE  
PROGRAMMATA  
COMPRESE