

BUSINESS PLAN HOTEL FIERA CITY

INDICE

1. Descrizione sintetica del progetto
2. Il mercato turistico
 - 2.1 Evoluzione del mercato delle attività ricettive
 - 2.2 La concorrenza nel settore turismo
3. Il servizio turistico/ricettivo offerto
 - 3.1 Descrizione tecnica dei servizi di pernottamento
 - 3.2 Tempistiche di realizzazione del progetto
4. Il piano di marketing dell'hotel
 - 4.1 I prezzi di vendita dei pernottamenti e degli altri servizi
 - 4.2 La promozione del servizio offerto
 - 4.3 La distribuzione dei nostri servizi
5. Il piano organizzativo dell'albergo
6. Il piano economico-finanziario dell'Hotel Fiera City

1. DESCRIZIONE DEL PROGETTO DI AVVIAMENTO DELL'HOTEL FIERA CITY

Il progetto che abbiamo sviluppato e che descriveremo dettagliatamente, consiste nell'acquisto e ristrutturazione di un vecchio immobile, già adibito ad hotel ma ormai chiuso da quasi dieci anni, situato a Rimini.

Il progetto prevede la realizzazione di 10 camere doppie, una zona pranzo, una cucina attrezzata ed una piccola spa con un ampio idromassaggio, sauna, bagno turco, docce, spogliatoi e sala massaggi.

La posizione è centrale e avremo a disposizione un parcheggio per 10 auto da mettere a disposizione per i nostri ospiti.

Offriamo una soluzione completa per soggiorni di breve periodo corredata da un servizio semplice ma di qualità in ambiente tranquillo, pulito, familiare e cordiale.

L'Hotel a tre stelle è situato tra la zona Fiera ed il centro storico e quindi ottimo sia per chi dovrà visitare la fiera che per chi vorrà visitare il centro città.

I nostri ospiti avranno a disposizione anche la colazione ed il servizio di ristorazione per pranzo e cena oltre all'accesso alla spa, piccola ma completa ed accogliente.

Di seguito riportiamo i servizi offerti con l'indicazione dei prezzi medi di vendita. Più avanti esporremo nel dettaglio l'attività ricettiva.

La clientela principale è una clientela business di medio livello che predilige la posizione al lusso ma che richiede comunque una soluzione comoda e decorosa in ambiente pulito e cordiale, e necessita del parcheggio ma anche dell'accesso alla fiera a piedi e in pochi minuti.

ORGANIZZAZIONE

Il nostro è un Hotel a gestione familiare. I soci sono anche amministratori e percepiscono un compenso per la loro attività nell'Hotel. I due soci/amministratori si occupano della ricezione della clientela alternandosi alla reception e si occupano anche della preparazione della colazione che è inclusa nel prezzo. Si occupano inoltre delle prenotazioni, pubblicità e gestione fornitori.

Lo staff sarà inizialmente composto da una impiegata, una receptionist e un cuoco. Dal secondo esercizio verrà assunto anche un aiuto cuoco.

L'impiegata si occuperà principalmente dell'amministrazione ma, quando necessario, anche della ricezione dei clienti.

Il cuoco e poi l'aiuto cuoco si occuperanno della preparazione di pranzo e cena, dei rapporti coi fornitori e della gestione della cucina.

La pulizia delle camere è svolta da una piccola impresa familiare di pulizie che fattura mensilmente in base al numero di camere pulite.

Le risorse umane direttamente coinvolte nel progetto, a parte i soci operativi, sono composte da una impiegata, una receptionist, un cuoco e, a partire dal secondo esercizio, un aiuto cuoco.

Tutte le figure assunte nell'hotel avranno un'esperienza lavorativa di almeno due anni.

Le risorse finanziarie necessarie a realizzare il progetto

Per avviare l'attività saranno necessari circa 730.000 € suddivisi in 40.000 € di capitale sociale, 70.000 € di finanziamento soci, un mutuo ipotecario per l'acquisto dell'albergo di 500.000 € da restituire in vent'anni ed un finanziamento chirografario di 160.000 € della durata di 6 anni per la ristrutturazione e l'arredo dell'hotel e la realizzazione della cucina e della spa.

Da questo investimento ci aspettiamo, oltre al pagamento del compenso agli amministratori, del regolare pagamento delle rate del mutuo e del finanziamento e della restituzione del finanziamento soci, un utile annuo dopo le imposte di circa 30.000 € per i primi due esercizi e intorno ai 50.000 € per i successivi.



2. IL MERCATO AL QUALE SI RIVOLGERÀ L'HOTEL

L'hotel si rivolge soprattutto alla clientela in viaggio per la fiera che vede un calendario piuttosto fitto di iniziative.

Oltre a ciò osserviamo una costante crescita del turismo cittadino grazie alla crescita dell'aeroporto e delle tratte da e per la nostra città.

In particolare, la crescita è dovuta alle compagnie low-cost che fanno scalo in città, Ryanair su tutte.

I principali concorrenti sono gli hotel a tre o quattro stelle che si trovano nel raggio di sei o sette chilometri dalla fiera e, dunque, a circa 10 minuti di macchina.

Le strutture ricettive in concorrenza sono circa 30.

Ci differenzieremo dalle altre strutture soprattutto per la presenza della Spa e per la buona qualità della cucina.

Inoltre cercheremo di offrire sempre un servizio di ottima qualità per ottenere buone valutazioni sui vari siti specializzati e massimizzare la fidelizzazione del cliente ed il passaparola.

Di seguito riportiamo una tabella che illustra la distribuzione dell'offerta alberghiera in funzione della categoria e l'andamento dall'anno 2000 al 2018.

3. I SERVIZI RICETTIVI E DI RISTORAZIONE OFFERTI DALL'HOTEL

Nella nostra struttura offriremo il servizio di pernottamento, prima colazione, pranzo e cena, accesso alla spa e parcheggio interno alla struttura.

Uno dei punti di forza del nostro hotel è la silenziosità dell'area nella quale si trova e la presenza di una piccola spa molto accogliente e dotata di un ampio idromassaggio, sauna a sei posti, bagno turco quattro posti e una saletta per i massaggi.

La pulizia sarà impeccabile e, per questo, abbiamo affidato il compito ad una impresa ben conosciuta e di nostra fiducia e ci occuperemo personalmente del controllo.

Inoltre, cercheremo sempre di offrire una colazione varia, gustosa e di qualità ed un servizio di accoglienza familiare e cordiale fornendo anche tutte le informazioni possibili ai nostri ospiti per godere a pieno del soggiorno.

I clienti potranno usufruire, su prenotazione, del nostro ristorante interno, sia per il pranzo che per la cena. Il ristorante potrà occasionalmente essere aperto anche ai clienti esterni.

Inoltre, gli ospiti avranno a disposizione, a pagamento, dieci posti auto interni alla struttura.

I servizi accessori a quelli ricettivi forniti dal nostro Hotel sono: la prima colazione, il pranzo e la cena, l'accesso alla nostra spa interna, il parcheggio ed il servizio di chiamata taxi e prenotazione per teatri, ristoranti e attività turistiche e ludiche e delle quali si occuperà personalmente la nostra impiegata.

4. IL PIANO MARKETING DELL'HOTEL FIERA CITY

La funzione principale di questo piano di marketing è quella di creare il volume d'affari preventivato e utilizzare i canali di vendita più efficaci riducendo al minimo i costi.

Attueremo una strategia di marketing mix, che consiste nella combinazione di azioni da seguire separatamente, in modo da poter creare o sviluppare la domanda per il nostro hotel.

Cercheremo di esercitare quattro tipi di azioni per vendere con successo i nostri servizi di pernottamento, svago e ristorazione:

- Servizio, del quale abbiamo già detto nel punto precedente;
- Prezzo;
- Distribuzione;
- Promozione.

Le tariffe sono state fissate sulla base di quelle praticate dalla nostra concorrenza.

Abbiamo studiato approfonditamente tutte le tariffe pubblicate sui principali siti di prenotazione verificando anche la percentuale di prenotazione ottenuta per ogni prezzo.

Sulla base delle tariffe fissate e dei volumi di pernottamento medi ottenuti anche dalla concorrenza abbiamo visto che riusciremo sicuramente a raggiungere il punto di pareggio.

Il nostro Hotel sarà promosso su tutti i principali siti di prenotazione. Inoltre, porremo particolare attenzione alle recensioni dei nostri clienti rispondendo ad ognuna. Tutti i clienti saranno oggetto di una comunicazione pubblicitaria periodica via mail offrendogli

RIEPILOGO TARIFFE		2020			
	Camera matrimoniale	Camera doppia	Suite	Appartamento attico	
Standard	120,00	100,00	180,00	200,00	
Fiera	230,00	200,00	240,00	300,00	
Uso singola	90,00	80,00	0,00	0,00	
Uso singola Fiera	190,00	170,00	0,00	0,00	
Tariffa 5	0,00	0,00	0,00	0,00	
Tariffa 6	0,00	0,00	0,00	0,00	
Tariffa 7	0,00	0,00	0,00	0,00	
Tariffa 8	0,00	0,00	0,00	0,00	
Tariffa 9	0,00	0,00	0,00	0,00	
Tariffa 10	0,00	0,00	0,00	0,00	

sconti in caso di prenotazione diretta. Inoltre, stiamo lavorando per stipulare convenzioni con singole aziende e tour operator, in particolare esteri. La promozione avverrà anche tramite la nostra pagina facebook e il nostro sito web personale dove i clienti potranno trovare tutte le foto e le informazioni utili per scegliere la nostra struttura. Il sito web sarà promosso col sistema pay per click tramite Google adwords e Bing.

La vendita dei servizi di pernottamento avverrà sia direttamente tramite il nostro sito web (promosso tramite Google Adwords e Bing) e tramite tour operator e agenzie online.

Il personale responsabile dell'area marketing avrà il compito di monitorare la pagina facebook ed i portali specializzati per rispondere a tutte le recensioni e prendere nota di eventuali segnalazioni negative.

5. L'ORGANIZZAZIONE DELLA STRUTTURA, RUOLI E MANSIONI

Il nostro è un hotel di piccole dimensioni e l'organizzazione è relativamente semplice ma è comunque necessario che funzioni in maniera efficace ed efficiente.

I due soci provvederanno ad individuare tutte le funzioni svolte nell'hotel e ad attribuire le specifiche mansioni e responsabilità ad ogni dipendente.

I soci/amministratori provvederanno anche a stabilire tutti i turni di lavoro e delle ferie e ad organizzare le sostituzioni qualora dovessero verificarsi assenze o picchi di lavoro.

L'organizzazione è formata dai due soci/amministratori che si occuperanno della supervisione del personale e dell'organizzazione dell'hotel oltre che dei rapporti con le banche, della gestione finanziaria e dei rapporti col commercialista.

L'impiegata si occuperà della tenuta della contabilità e della gestione delle prenotazioni.

I soci si occuperanno a turno della preparazione della colazione mentre, invece, del pranzo e della cena si occuperanno il cuoco e l'aiuto cuoco che si occuperanno anche dei rapporti coi fornitori di alimenti e bevande.

La pulizia delle camere e dell'hotel è esternalizzata ed affidata ad una piccola impresa familiare ben conosciuta e di fiducia.



La forma giuridica individuata per l'hotel è una **Società a responsabilità limitata**

detenuta ed amministrata dai due soci al 50% con un capitale sociale di 40.000 € che verrà versato per un quarto al momento della costituzione, € 20.000 entro il 30 giugno del primo esercizio e per i rimanenti 10.000 € entro fine gennaio del secondo esercizio.

I soci vantano un'esperienza nel settore alberghiero e della ristorazione di circa 10 anni e sono entrambi diplomati alla scuola alberghiera di Rimini.

I servizi offerti saranno organizzati nei minimi dettagli grazie alle conoscenze ed esperienze maturate dai soci nel settore alberghiero sia in piccole che grandi realtà.

I principali fornitori saranno:

- l'impresa di pulizie, piccola ma con personale del posto e conosciuto che ci garantirà un lavoro bene fatto e la massima riservatezza, disponibilità e gentilezza in occasione dei contatti con la clientela.
- un piccolo laboratorio di pasticceria locale che ci fornirà ogni mattina pane e brioches per la colazione dei clienti.
- vari fornitori locali per il pesce, la carne, frutta e verdura sempre fresca e di stagione.

La tutela dell'ambiente

L'hotel è ovviamente a norma per tutti gli impianti nonché gli scarichi e non avrà dunque alcun impatto particolare per l'ambiente.

L'hotel sarà organizzato per rispettare la raccolta differenziata ed il corretto smaltimento di tutti i rifiuti solidi e liquidi.

6. IL PIANO ECONOMICO E FINANZIARIO



Sulla base dei dati, informazioni, analisi e presupposti precedentemente illustrati, i ricavi calcolati nei cinque anni presi in esame sono quelli riportati nel grafico qui in alto.

Per il calcolo dei ricavi sono stati individuati tutti i servizi di pernottamento ed accessori forniti dall'albergo e poi sono stati definiti i prezzi, le tariffe ed i volumi di vendita sia dei singoli pernottamenti che dei servizi di ristorazione.

Moltiplicando analiticamente tutti i servizi venduti per i rispettivi prezzi e tariffe praticati, abbiamo ottenuto il fatturato analitico per ognuno dei servizi e per ogni mese oltre a tutti i riepiloghi intermedi e al fatturato complessivamente previsto.

Sulla base dei volumi di vendita di pernottamenti e servizi di ristorazione previsti e nei limiti della capacità produttiva dell'hotel, sono stati determinati anche i volumi di produzione al fine di poter calcolare i costi variabili dettagliati.

Al fine di calcolare correttamente il cash flow dell'albergo abbiamo anche tenuto conto della dilazione di pagamento media concessa dai fornitori che è pari a 30 giorni.

I volumi di vendita dei servizi accessori sono stati calcolati tramite le tabelle riportate di seguito, nelle quali abbiamo definito il numero complessivo delle notti vendute ed il numero di ospiti presenti nell'hotel mensilmente.

A seguire, sulla base di nostre statistiche storiche e anche di dati estratti da altre ricerche di mercato, abbiamo definito la percentuale di ospiti che usufruirà dei nostri servizi di ristorazione, della spa e del parcheggio.

In questo modo, se vedremo che i dati a consuntivo si discosteranno dalle percentuali previste, potremo aggiornare rapidamente le stime per i mesi e gli anni a venire.

La struttura ha partecipato all'assegnazione di un contributo a fondo perduto in conto esercizio erogato dal Comune al fine di favorire il miglioramento dell'attività turistica.

Si tratta di un piccolo contributo di € 5.000 che verranno erogati nel mese di settembre a fronte del sostenimento di costi per almeno 10.000 € per lavoro dipendente e della presentazione del presente documento di business plan.

A seguire si riporta la previsione dei costi totali da sostenere, suddivisi nelle varie categorie di spesa:

- costi variabili di produzione dei servizi;
- costi variabili di vendita dei pernottamenti e commissioni di vendita;
- costi fissi di gestione.

Gli investimenti in beni materiali ed immateriali che si ritiene necessario effettuare consistono principalmente nell'acquisto della struttura, nella sua ristrutturazione, degli arredi per camere, cucina, spa e reception e delle relative attrezzature.

Secondo le nostre previsioni vi è un'alta probabilità di attuabilità del progetto con un raggiungimento del break even point già al primo esercizio di attività.

Come si evince dal confronto tra il fatturato di pareggio ed il livello dei ricavi negli scenari pessimistico ed ottimistico elaborati, anche nella peggiore delle ipotesi il punto di pareggio viene raggiunto al primo esercizio.