

**CASE PER FERIE**

*Strutture ricettive non alberghiere*



| Casa per ferie………………………………… | 1 |
| --- | --- |
| Competenze trasversali…………………. | 1 |
| Promozione Casa per ferie …................ | 2 |
| Investimento necessario...…………….... | 3 |
| Riferimenti Utili…..………………………… | 3 |

 *Case per ferie*

**Le Case per ferie sono strutture ricettive attrezzate per il soggiorno di persone o gruppi e gestite al di fuori dei normali canali commerciali, da enti pubblici o religiosi, enti privati, associazioni e fondazioni operanti senza fine di lucro, per il conseguimento di finalità sociali, culturali, assistenziali o sportive, nonché da enti o imprese. Nelle Case per ferie gestite da imprese possono accedere solo i dipendenti delle stesse e i loro familiari.**

Sono dunque strutture ricettive **per il soggiorno temporaneo di gruppi,** che condividono percorsi comuni ed hanno finalità sociali, culturali, assistenziali, religiose o sportive oppure gestite da enti o aziende per il soggiorno dei propri dipendenti e loro familiari.

Non è richiesto il cambio di destinazione d’uso per l’esercizio dell’attività e mantengono la destinazione urbanistica –residenziale.

Inoltre vi è l’obbligo del:

* Rispetto normative fiscali e di sicurezza.
* Destinazione d’uso dei locali urbanistica –residenziale
* SCIA.
* 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.
* Presenza nel Registro Regionale suddiviso per tipologie (online).

Nelle Case per ferie, dunque, oltre alla prestazione dei servizi ricettivi vi deve anche essere la disponibilità di un’atmosfera e un ambiente consono al conseguimento delle suddette finalità.

**Le case per ferie offrono dunque un’accoglienza particolare, in cui si instaura un rapporto di mutuo scambio tra chi accoglie e chi è accolto.** Le Case per Ferie rappresentano un punto di appoggio per tutti coloro che fanno del turismo sociale ed insieme vogliono godere di paesaggi urbani, naturali, agrari, antropizzati.

*Competenze trasversali*

Data la particolarità della struttura e della clientela a cui essa si rivolge, una gestione ottimale della Casa per ferie presuppone dei **requisiti essenziali. In primis il gestore deve sposare in modo incondizionato il fine sociale della struttura e perseguirlo con tutti i mezzi a disposizione.**

**La Casa per ferie viene gestita, infatti, al di fuori dei normali canali commerciali senza finalità di lucro, poiché l’esercizio di tale attività, pur all’interno di una adeguata struttura organizzativa rientra nell’opera e nella missione dell’ente pubblico, religioso o privato, dell’associazione e delle fondazione che la gestiscono.**

La struttura e, dunque, il suo gestore deve essere in grado di offrire alla clientela un **ambiente sereno, ospitale e di riposo**, che la aiuti e la sostenga a raggiungere l’obiettivo della visita. Il cliente di una Casa per ferie è, infatti, alla ricerca di un’esperienza, più che di un semplice soggiorno; per questo motivo, l’ospite ha bisogno di essere coinvolto attivamente in iniziative e progetti della struttura, per lo sviluppo di una “proattività sociale e positiva”, finalizzata sia alla creazione di relazione più salde tra gli individui, sia alla promozione di buone pratiche, che lascino una traccia positiva nell’ospite.

Per tutti i suddetti motivi, in questa particolare struttura ricettiva assumono un ruolo chiave le **competenze di carattere relazionale, oltre che operative. È essenziale infatti, cercare di istaurare un legame di familiarità e di stretta iterazione tra ospite e personale.**



Inoltre, in quanto struttura ricettiva, **la gestione di una Casa per ferie richiede importanti capacità imprenditoriali e gestionali.** La figura posta al vertice di tale struttura deve necessariamente aver maturato un ruolo e una competenza manageriale, che è funzionale alla valorizzazione strategica dei vantaggi materiali e immateriali a disposizione della Casa. Se è vero, infatti, che le finalità di lucro non appartengono a questa realtà, è pur vero che la mancanza di risultati efficaci ed efficienti sono penalizzanti ed erosive riguardo ad un valore sociale, storico, culturale, economico che andrebbe invece accresciuto.

*Promozione delle Case per ferie*

**Per promuovere questa struttura ricettiva sarà utile, inoltre, 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 delle peculiarità della struttura che si intende creare. Fatte queste valutazioni, si può procedere a promuover la Casa per ferie. Cambiando la società, cambia anche il modo di comunicare e promuovere un’attività. Oggi la promozione attraverso il web, ad esempio, è uno strumento fondamentale. **In particolare avendo un target d’utenza ben preciso la promozione può essere molto mirata.** Per il gestore sarà importante guadagnarsi un rapporto di fiducia con il cliente e fidelizzarlo, ciò servirà soprattutto a generare un “passaparola” benefico che non potrà che giovare all’attività.



*Investimento necessario*

Il Business plan è lo strumento essenziale per pianificare una Casa per ferie, qualunque sia la dimensione, costituito essenzialmente da due voci principali: Ricavi e Costi. I costi, quindi, l’investimento necessario può variare in base a molti fattori. Le voci di costo sono essenzialmente le seguenti con le relative percentuali rispetto al totale ricavi:

* Collaborazioni saltuarie: 8-10% rispetto al totale ricavi.
* Marketing e promozione: 3-4% rispetto al totale ricavi.
* Energetici riscaldamento: 7-9% rispetto al totale ricavi.
* Manutenzioni: 2-4% rispetto al totale ricavi.
* Generi cucina: 33-35% rispetto al totale ricavi.
* Generi bar: 23-25% rispetto al totale ricavi.
* Lavanderia: 5-7% rispetto al totale ricavi.
* Diversi. 8-10% rispetto al totale ricavi.

**

*Riferimenti Utili*

www.caseperferie.it/

www.ospitalitareligiosa.it

www.istituti-religiosi.org.