



HEMERAS BOUTIQUE HOUSE

Your vacation Our Passion

PRESENTAZIONE AZIENDALE

Hemeras S.r.l.

1. Storia dell'impresa

La Hemeras nasce a Milano nel 2013 come operatore nel settore della ricettività extra-alberghiera e in particolare nella tipologia degli alloggi di lusso per brevi soggiorni. Hemeras Boutique House (HBH) vuole rappresentare il nuovo concetto di Network Hotel, offrendo location esclusive, nel cuore delle principali metropoli. Ciascuna Boutique House è finemente arredata, allo scopo di assicurare ai propri ospiti un soggiorno piacevole e ricco di ogni comodità. HBH offre la perfetta combinazione tra il comfort e il lusso di un hotel e la privacy di un appartamento.

Fino al 2015 la Società assume la denominazione Opportunities.

Le lussuose camere di Hemeras garantiscono agli ospiti tutti i servizi e le principali dotazioni tipiche dei più lussuosi alberghi (Ciascuna Boutique House è corredata di: TV al plasma, macchina del caffè Nespresso, Wi-fi, aria condizionata, minibar, garage) con un plus, quello di non sentirsi legati a vincoli, come ad esempio gli orari da rispettare, che di solito troviamo nei regolamenti degli hotel e che spesso impediscono al cliente di vivere una piena esperienza seamless. I clienti Hemeras potranno giovare, oltre che di una maggiore autonomia, della garanzia di ricevere un supporto costante (grazie ad una linea telefonica dedicata 24 ore su 24) e utili consigli per il proprio soggiorno.

La cura per i dettagli costituisce uno dei principali punti di forza del Gruppo in funzione della gestione di una clientela selezionata ed esigente.

Un importante valore aggiunto della strategia aziendale è quello di fare rete sul territorio di riferimento, stipulando apposite convenzioni con professionisti, esperti, fornitori di beni e servizi specifici – selezionati per qualità e professionalità – in modo da garantire in ogni momento i prodotti e servizi afferenti ai propri listini. Questo network, da una parte permette all'azienda di evitare costi eccessivi per attività che altrimenti dovrebbe internalizzare, dall'altra favorisce la creazione di un notevole indotto là dove opera.

La voglia di ricercare costantemente il miglioramento dei servizi offerti e la capacità di guardare a nuovi scenari rendono il gruppo Hemeras aperto e pro-attivo verso le sfide di un mondo globalizzato.

In virtù di tale approccio, Hemeras sta elaborando nuove strategie per consolidare il proprio posizionamento e, contestualmente, per conquistare nuovi segmenti di mercato. Tali strategie guardano sempre più nella direzione delle tecnologie innovative, adeguandosi e, talvolta, anche anticipando, le tendenze della domanda proveniente dal settore turistico-ricettivo.

Ed è questo il motivo principale per il quale l'Azienda ha optato per l'apertura di una sede operativa a Reggio Calabria, da cui intraprendere un percorso nuovo, che consenta di ampliare al mercato calabrese le prospettive aziendali e ivi di implementare per la prima volta, in via del tutto sperimentale, un progetto formulato ad hoc. Tale progetto è rappresentato dalla presente proposta.

2. Prodotti/Servizi e Processo Produttivo

Hemeras offre appartamenti di pregio, quali alternativa agli hotel, per un target di alto profilo che non ama rinunciare al lusso anche nel caso di brevi soggiorni.

La società adotta un sistema innovativo di gestione delle attività. Prende spunto da quella che era la logica dell'albergo diffuso ma distribuito su più località ed esclusivamente proponendo servizi e alloggi di prestigio del tutto indipendenti ed autonomi nella loro fruizione.

Le prenotazioni avvengono attraverso un numero di telefono attivo tutti i giorni, 24 ore su 24, e mediante il sito web della società, ove sono visibili gli appartamenti ed i servizi disponibili in tempo reale. Il sito evidenzia la cura dei dettagli e le caratteristiche di pregio degli ambienti.

Nelle città in cui è presente, Hemeras opera attraverso una strutturata rete di professionisti e fornitori che garantiscono la massima efficienza nelle prestazioni che la società eroga. Si tratta di professionisti, esperti, fornitori di beni e servizi specifici – selezionati per qualità e professionalità ed in convenzione – in modo da assicurare in ogni momento i prodotti e servizi afferenti ai propri listini, in funzione delle specifiche esigenze del cliente. Il rapporto in convenzione consente di proporre servizi di qualità molto diversificati, personalizzati, senza assumersi costi diretti per le rispettive attività.

L'assistenza riservata ai clienti è ininterrottamente attiva per tutto il periodo del soggiorno.

Gli immobili che gestisce la società non sono di proprietà. Sono oggetto anch'essi di varie forme di convenzione o sono in affitto.

Di seguito alcuni dei servizi offerti:

- noleggio auto: Hemeras mette a disposizione della propria clientela la possibilità di effettuare spostamenti nell'area di riferimento attraverso un servizio dedicato di noleggio auto con conducente;
- Personal Shopper: un aiuto qualificato, un consulente per gli acquisti, cioè una persona che suggerisce, consiglia e indirizza i clienti a scegliere e a comprare oggetti di vario tipo: abbigliamento, oggetti di arredamento, regali per le ricorrenze, etc.;
- Personal Chef: uno chef personale organizzerà pasti personalizzati a domicilio;
- Personal Trainer e Gym: un esperto di tali discipline si prenderà cura a domicilio della forma fisica dei clienti;
- Interpreti e guide: disponibili multilingue, per eventuali escursioni culturali, turistiche, naturalistiche o per un meeting d'affari.
- Prenotazioni in ristoranti e locali esclusivi: un servizio specifico di prenotazione;
- Hair-Stylist and Make-Up Artists: professionisti del settore a disposizione della clientela su richiesta;
- altri servizi come: baby sitter; pet sitter; lavanderia e stireria.

Il soggiorno include la colazione italiana e il servizio di pulizia degli ambienti.

3. Mercato di riferimento

La società si colloca nella nicchia della ricettività turistica extra-alberghiera di case di lusso in affitto per brevi soggiorni. È posizionata a Milano, Firenze e Roma, ma visto il trend crescente del settore e le opportunità derivanti dalle nuove tecnologie e dal web sta espandendo il proprio mercato. Hemeras vuole consolidarsi ove già opera e contestualmente inserirsi al Sud Italia ove peculiarità e risorse per un'offerta turistica di forte richiamo sono molteplici. La città individuata è Reggio Calabria. Progressivamente Hemeras punterà a mercati esteri: tra 3-5 anni si inserirà nelle principali città europee (Londra, Madrid, Monaco, Parigi, Ibiza). Il mercato turistico italiano registra trend positivi esercitando

forte attrattività sui visitatori esteri, in incremento nel primo semestre del 2016 del 3% rispetto allo stesso periodo del 2015 (Fonte Banca d'Italia).

Dal “Rapporto sul B&B Italia 2016” (Fonte www.bed-and-breakfast.it) emerge l’incidenza dei circuiti di B&B e affittacamere per il settore e quanto sempre più la loro attività contribuisca a accrescere presenze di target differenziati e nelle località più disparate del Paese.

Il Rapporto evidenzia un fatturato annuo di 270mila euro per 8 milioni di pernottamenti. Sono circa 25mila i B&B (dati ISTAT) e garantiscono lavoro a 40mila addetti. All’espansione contribuiscono piattaforme di prenotazione online che hanno rivoluzionato il panorama dell’offerta turistica: dalla californiana AirBnB, al gruppo Home Away, a Windows on Europe (che associa 12 marchi). Ai ricavi milionari dei player globali fa riscontro la nascita anche in Italia di migliaia di attività private.

Il Rapporto chiarisce che le attività si consolidano nel tempo, confermandosi sicura fonte di reddito. Emerge che i gestori nell' 87% hanno un titolo di istruzione superiore. Tra i motivi che spingono a preferire queste formule ad altre vi sono accoglienza e prezzo. Il prezzo medio è di 25-35 euro (70%); solo nel 30% dei casi è superiore. Quasi sempre (94%) include prima colazione. Gli stranieri arrivano prevalentemente da Germania, Francia, Regno Unito, Olanda, Svizzera, Austria, Spagna e USA. In merito al target, Hemeras conferma quanto rivelato dai dati del Rapporto: viaggiatori di 25-55 anni (96,5%); coppie (60%); nel 55% due pernotti; adulti abili a muoversi tra canali di informazione che arriva per lavoro (30%), viaggi romantici (37%), mostre/città d'arte (29%). Hemeras ha innescato un circuito virtuoso: per forniture di servizi (lavanderia, personal trainer, pasti a domicilio, ecc) da vendere ai propri clienti si rivolge a esperti e professionisti del luogo. Stessa cosa per garantirsi impiantistica, arredi e accessori relativi agli allestimenti. Ciò determina occupazione diretta e indotta sul mercato in cui opera. Canali commerciali: propria piattaforma web, portale dei partner di progetto, portali di OTA (online travel agencies) quali Booking, Gruppo Expedia, etc.



HEMERAS BOUTIQUE HOUSE