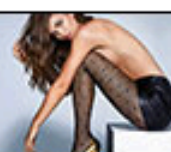


**CALZEDONIA**

ACQUISTA



Home / Primo piano / Barter alberghiero: Titibi partner degli albergatori

## Barter alberghiero: Titibi partner degli albergatori



Nessun canone di iscrizione, nessun vincolo o necessità di affiliarsi. L'albergatore offre solamente le proprie stanze nei periodi concordati, usando l'inventario per pagare la fornitura, in merci e servizi, di TITIBI.

L'albergo così, personalizzando l'accordo in funzione delle percentuali di occupazione previste, e delle rispettive esigenze, spenderà circa il 20% di quanto avrebbe speso in denaro; oltre ai vantaggi derivanti dal non avere costi finanziari.

# Titibi

E' questo in sintesi il modello di full barter. La nuova centrale d'acquisto consente agli albergatori di risolvere sprechi, eccedenze e problemi di liquidità; e di ottenere prodotti e servizi per il proprio hotel, senza alcun esborso in denaro e a costo quasi zero.

Se non si hanno grandi disponibilità di camere non occupate, si potrà optare per una soluzione ibrida, di parziale cambio

merce. Oppure, se per qualche motivo il cambio merce non può essere attivato si potranno effettuare acquisti in denaro di merci e servizi a condizioni particolarmente vantaggiose a fronte degli accordi quadro stipulati a monte con l'industria da TITIBI.

Il sistema alberghiero rappresenta oggi più che mai un terreno ideale per superare la tradizionale dipendenza del b2b e del commercio di beni e servizi dalle modalità tradizionali del "face to face" e della movimentazione in contanti.

Il turismo è infatti per sua natura il settore dove si possono studiare le forme più innovative di comunicazione, specie a distanza. Il sistema di barter proposto da TITIBI va in questa direzione, perché l'hotel è prima di tutto una serie di servizi in continua differenziazione, anche tecnica, con possibilità d'uso sempre nuove da studiare e ottimizzare per essere sempre un passo avanti alla concorrenza.

TITIBI consente all'albergatore di generare un afflusso di nuovi clienti e, perciò, di espandere il proprio mercato; e, tutto questo, senza intaccare minimamente gli incassi ottenuti dai clienti paganti "tradizionali". La scelta della centrale d'acquisto TITIBI è quella di costituire il fulcro di un modello di relazioni e di compravendita profittevoli tra l'albergo e le aziende fornitrici.

Col modello del "full barter" TITIBI rende possibile finanziare gli acquisti degli alberghi (già previsti a budget) con vendite extra budget commerciale di questi stessi beni e servizi.

**TITIBI ha prodotto lo scorso anno un milione di euro di fatturato.**

Grazie a quattro anni di esperienza, ad una forza lavoro di 20 addetti tra cui 6 dipendenti, la prima centrale acquisti di forniture alberghiere è in grado di fornire agli hotel tre opzioni:

**comprare in denaro normalmente ma a tariffe preferenziali; pagare parte in denaro e parte in stanze; mettere a disposizione unicamente le stanze a fronte della fornitura.**

## Un esempio di come può funzionare il barter di TITIBI?

Un hotel di 20 camere intende comperare materassi, elemento principe del benessere ospiti d'albergo. Ogni materasso costa 500 euro per un totale di 10.000 euro di fornitura. Grazie al nuovo servizio, l'albergatore, anziché pagare il fornitore in contanti o aprire una linea di credito, mette a disposizione 100 pernottamenti a 100 euro ciascuno.

TITIBI verifica le modalità di prenotazione camere e attribuisce all'Hotel 10.000 euro di debito nei confronti del sistema di barter. Ad ogni camera venduta si scala infine il debito fino al concorrere dell'ammontare di 10.000 euro

Da TITIBI vengono definiti i contratti quadro con i cosiddetti "Grandi Fornitori": che rappresentano solo marchi di prestigio/leader, preferibilmente prodotti made in Italy, dalle cucine ai tessuti alle bici; mai stock ma articoli di alta gamma. A queste aziende, che devono tenere costantemente il loro inventario in movimento perché, ogni stagione, i clienti fanno acquisti sulle merci più recenti, creando così un accumulo di rimanenze di magazzino.

TITIBI offre che gli acquirenti vadano sulle scorte in eccesso, eliminando allo stesso tempo i costi della pubblicità e quei pesanti sconti altrimenti necessari per far quadrare il bilancio.

Questa opportunità del sistema di barter di TITIBI si estende agli aspetti gestionali e finanziari delle strutture alberghiere, sottoposte ai rischi di lentezze burocratiche, esposizione al debito e divisione poco flessibile (anche come qualità e tempi di lavorazione e consegna dei materiali) dei ruoli fornitore/acquirente/rivenditore.

"Se la qualità delle forniture e dei servizi è il vero punto di forza di un hotel", dice **Giovanni Monza**, Amministratore di TITIBI e ideatore del progetto "e senza di essa è difficile rafforzare l'immagine stessa della struttura, con il servizio di barter in via di lancio, dunque, l'albergatore può ridurre la complessità gestionale legata alle spese da affrontare e proporsi a sua volta sul mercato come proprietario di una struttura ricca di relazioni commerciali e in grado di partecipare attivamente allo sviluppo del mercato, dell'innovazione e delle tendenze di design, gusto e tecnologia turistica". E magari le strutture che aderiscono al network TITIBI potranno salire nei ranking internazionali dei best hotel!