

Milano
Loft
Certosa.

Ogni ospite merita di sentirsi atteso

*Un invito ai brand che condividono
la nostra idea di ospitalità
e vogliono farne parte.*

OPEN CALL PARTNER 2026-2027

Ho aperto Milano Loft Certosa con una visione: costruire, un passo alla volta, una collezione di boutique hotel in cui il Cliente sia al centro. Coccolato, viziato. È quello che vorrei io, quando arrivo in un posto dove non conosco niente e mi sono fatto delle aspettative.

Voglio che chi ci sceglie lo faccia per una certezza: vivere un'esperienza unica, curata nei dettagli, con tutta la nostra attenzione rivolta a lui.

L'omotenashi, l'arte giapponese di accogliere anticipando i bisogni, per me è un modo di lavorare ogni giorno. Il kaizen mi tiene concentrato sul miglioramento continuo: ogni soggiorno deve essere un po' migliore del precedente. Inseguo la qualità, prima dei profitti.

Con questa Open Call cerco partner che la pensino allo stesso modo. Brand che sanno quanto un oggetto scelto bene, una colazione fatta con cura o un servizio puntuale possano cambiare il ricordo di un viaggio.

Se il vostro prodotto può far sentire un ospite atteso, questo invito è per voi.

Vincenzo Santoro

FONDATORE, MILANO LOFT CERTOSA

SCHEDA DEL BANDO

Promotore	Milano Loft Certosa, quartiere Certosa, Milano
Oggetto	Selezione di brand partner da inserire nell'esperienza degli ospiti del loft
Posti disponibili	Fino a 8 partner: massimo 2 per categoria, un solo brand per tipologia di prodotto
Categorie	Arredo e oggetti · Bagno e beauty · Food & beverage locale · Servizi milanesi
Durata	Periodo pilota di 3 mesi, poi accordo di 12 mesi rinnovabile
Costo di partecipazione	Nessuno
Prima scadenza	30 novembre 2026, con risposta entro il 15 dicembre 2026. Poi valutazioni mensili
Candidature	Solo online, su milanoloftcertosa.it/open-call
Referente	Vincenzo Santoro, fondatore · info@milanoloftcertosa.it

INDICE

—	Lettera del fondatore	2
01	Chi siamo	4
02	Il loft in numeri	5
03	Oggetto e categorie	6
04	L'esperienza dell'ospite	7
05	Cosa offriamo e cosa chiediamo	8
06	Principi per i partner	9
07	Requisiti e criteri di valutazione	10
08	Modalità di partecipazione e calendario	11
09	Condizioni generali, privacy e domande frequenti	12

01

Chi siamo

Milano Loft Certosa è un loft di design di 77 m² nel quartiere Certosa, a Milano, aperto ad aprile 2026. È il primo passo di un progetto più ampio: una collezione di boutique hotel con il Cliente al centro.



Il loft ha un carattere industriale e milanese: soffitto in legno su travi in ferro, una grande colonna in mattone, vetrate industriali, la camera sul soppalco. Accoglie al massimo due ospiti, per scelta. Su Airbnb ha lo status di Superhost e un rating di 4,94 su 5.

Il loft è anche uno showroom abitato: gli ospiti usano ogni giorno i prodotti che trovano e, se lo desiderano, possono acquistarli o prenotarli direttamente.

OMOTENASHI

Anticipare i bisogni

Ogni dettaglio è pensato prima che l'ospite debba chiederlo: dalla guida inviata prima dell'arrivo al check-out flessibile su richiesta.

KAIZEN

Migliorare ogni volta

Ogni recensione e ogni commento diventano un intervento concreto. Qualità prima dei profitti.

IL CLIENTE AL CENTRO

Scegliere per lui

Entra nel loft solo ciò che rende il soggiorno più bello o più semplice. Lo stesso vale per i partner.

02 Il loft in numeri

Nel primo semestre di attività il loft ha accolto 142 ospiti da 27 Paesi, l'81% dall'estero, con un'occupazione del 96,9% sulle notti disponibili.

Il mercato conferma la scelta della qualità: a ottobre il loft è occupato al 90%, contro il 51% della media di Milano. Quando l'ospitalità è curata in ogni dettaglio, la domanda è molto più alta.

142	81%	96,9%	4,94
ospiti accolti in 77 soggiorni	dall'estero, da 27 Paesi	delle notti disponibili occupate	su 5, con 53 recensioni

INDICATORE	VALORE	RILEVANZA PER IL PARTNER
Notti-ospite	286	Giorni di utilizzo reale del prodotto
Durata media del soggiorno	2 notti	Pubblico che si rinnova di continuo
Anticipo di prenotazione	20 giorni (mediana)	Calendario prevedibile, prenotato fino a giugno 2027
Età mediana degli ospiti	28 anni	Tre ospiti su quattro sotto i 35 anni
Soggiorni in coppia	84%	Quasi sempre due persone per soggiorno

Provenienza degli ospiti

Italia		27
Germania		22
Francia		21
Regno Unito		15
Arabia Saudita		9
Stati Uniti		7
Altri 21 Paesi		41

Numero di ospiti per cittadinanza.

Occupazione a ottobre 2026

Milano Loft Certosa		90%
Mercato di Milano		51%

Dati dall'apertura (19 aprile 2026) al 13 ottobre 2026. Fonti: PriceLabs, Airbnb, registrazioni al check-in. L'occupazione è calcolata sulle notti messe in vendita. Aggiornamento mensile su milanoloftcertosa.it/open-call.

03

Oggetto e categorie

L'Open Call seleziona fino a otto brand partner in quattro categorie, con un massimo di due partner per categoria e un solo brand per tipologia di prodotto.

L'esclusiva per tipologia è una scelta precisa. Nel loft c'è una sola macchina da caffè, una sola linea cortesia, un solo diffusore: il brand selezionato è l'unico che l'ospite incontra in quel ruolo.

CATEGORIA	PRODOTTI E SERVIZI	ESEMPIO DI COLLABORAZIONE
A · Arredo e oggetti	Illuminazione, tessuti, complementi, oggetti da tavola, audio, profumazione d'ambiente, arte e stampe	Una lampada da lettura sul comodino del soppalco, con una scheda che ne racconta la storia e un codice per acquistarla.
B · Bagno e beauty	Linea cortesia, cura del corpo e dei capelli, asciugamani e accappatoi, accessori bagno	La linea cortesia in flaconi ricaricabili, con un formato da viaggio lasciato in omaggio il giorno della partenza.
C · Food & beverage locale	Caffè, tè, colazione, vino e distillati, prodotti dolciari, gastronomia di Milano e Lombardia	La colazione del primo mattino con il caffè di una torrefazione milanese e i biscotti di un forno del quartiere.
D · Servizi milanesi	Ristoranti, transfer e mobilità, esperienze e tour, benessere, servizi per chi viaggia per lavoro	Il transfer dall'aeroporto prenotabile dal messaggio di benvenuto, con una tariffa riservata agli ospiti.

Gli esempi sono illustrativi. Non sono ammessi prodotti da fumo e sigarette elettroniche, prodotti non conformi alle norme europee, gioco d'azzardo, vendita multilivello, prodotti o servizi in contrasto con le regole della casa.

04 L'esperienza dell'ospite

Il soggiorno si svolge in sei momenti. Per ciascuno abbiamo individuato le categorie di prodotto che possono renderlo migliore.

CATEGORIA	PRIMA DELL'ARRIVO	ARRIVO DALLE 16:00	PRIMA SERA	NOTTE	MATTINO	PARTENZA E DOPO
Arredo e oggetti	☐	☒	☒	☒	☐	☒
Bagno e beauty	☐	☒	☐	☐	☒	☒
Food & beverage	☐	☐	☒	☐	☒	☒
Servizi milanesi	☒	☐	☒	☐	☐	☒

Il punto pieno indica il momento in cui la categoria incontra l'ospite.

PRIMA DELL'ARRIVO

Il viaggio comincia da un messaggio

La guida digitale arriva qualche giorno prima: come raggiungere il loft, dove cenare, cosa vedere. Il momento per un transfer o un tavolo prenotato.

ARRIVO · DALLE 16:00

Una casa già pronta

Check-in autonomo, luci accese, un profumo leggero. I primi secondi decidono l'impressione dell'intero soggiorno.

PRIMA SERA

Calma, dopo il viaggio

Un vino lombardo, qualcosa di buono da condividere, oppure il consiglio giusto per uscire a cena nel quartiere.

NOTTE

Il riposo prima di tutto

Biancheria, cuscini e luci da lettura: prodotti che l'ospite tocca per ore, e ricorda.

MATTINO

Il momento più ricco

Caffè e tè, colazione, linea cortesia, asciugamani. In pochi minuti l'ospite usa molti prodotti diversi.

PARTENZA E DOPO

Portare a casa ciò che si è amato

Check-out entro le 10:00. Un QR code discreto permette di acquistare ogni prodotto con il vantaggio riservato. Il messaggio di ringraziamento ricorda i partner.



05

Cosa offriamo e cosa chiediamo

Nel loft

Il prodotto integrato nell'arredo e nella routine dell'ospite. Una scheda discreta e un QR code per l'acquisto. Presenza nella guida digitale e sul tablet del loft.

Online

Una pagina nella sezione Partner del sito. Fotografie professionali del prodotto nel loft, utilizzabili dal brand con citazione. Contenuti Instagram concordati.

Dati e relazione

Report trimestrale: ospiti, scansioni del QR, utilizzi del codice, vendite tracciate. Commenti degli ospiti sul prodotto. Un referente unico.

Ogni partner sceglie una delle tre formule di collaborazione. Le condizioni economiche si definiscono insieme durante il periodo pilota. Non è prevista alcuna quota di ingresso.

FORMULA A

Il prodotto nel loft

comodato e commissione

IL BRAND

Fornisce il prodotto in comodato d'uso gratuito per la durata dell'accordo.

IL LOFT

Lo integra nell'esperienza e lo propone agli ospiti. Sulle vendite tracciate il brand riconosce una commissione, indicativamente dal 10% al 20%.

INDICATA PER

Arredo, oggetti, tecnologia.

FORMULA B

Una fornitura dedicata

prezzo partner

IL BRAND

Offre il prodotto a un prezzo riservato, per l'uso nel loft e per gli ospiti che desiderano acquistarlo.

IL LOFT

Acquista direttamente il prodotto e ne cura la presentazione.

INDICATA PER

Food & beverage, consumabili, cortesia bagno.

FORMULA C

Un servizio consigliato

servizio in convenzione

IL PARTNER

Riserva agli ospiti una condizione dedicata, prenotabile dal tablet o con un codice.

IL LOFT

Lo consiglia agli ospiti nei momenti giusti del soggiorno. Il partner riconosce una commissione sulle prenotazioni, se prevista.

INDICATA PER

Ristoranti, transfer, esperienze, benessere.

Impegni comuni a tutte le formule

Un vantaggio riservato agli ospiti, indicativamente uno sconto dal 10% o un omaggio, con codice dedicato.

Rifornimento dei prodotti di consumo nei tempi concordati.

Consegna e installazione a carico del brand, in un giorno di cambio ospiti.

Materiali del brand: logo, testi, fotografie e link di acquisto.

Un referente con risposta entro tre giorni lavorativi.

Possibili formule combinate, se coerenti con l'esperienza dell'ospite.

06

Principi per i partner

Prima dei partner vengono gli ospiti. Ogni brand selezionato accetta cinque principi, che tutelano l'esperienza nel loft.

01 Nessuna pubblicità in vista

Niente volantini, espositori o loghi fuori misura. Il prodotto si presenta da sé, nel suo contesto.

02 Ogni oggetto ha uno scopo nel soggiorno

Entra nel loft solo ciò che rende la permanenza più bella o più semplice.

03 L'ospite scopre, nessuno insiste

Le informazioni sono a disposizione, mai imposte. Acquistare resta una scelta libera.

04 I dati degli ospiti restano nel loft

Ai partner arrivano solo dati aggregati: mai nomi, contatti o abitudini personali.

05 Ciò che non migliora l'esperienza, esce

Ascoltiamo gli ospiti dopo ogni soggiorno. Se un prodotto non convince, lo diciamo con franchezza e cerchiamo insieme una soluzione.

07 **Requisiti e criteri di valutazione**

Ogni candidatura completa riceve un punteggio su 100.
Accedono alla call conoscitiva le proposte con almeno 70 punti.

Requisiti di ammissione

- a Azienda o professionista con partita IVA, in Italia o nell'Unione Europea.
- b Prodotti conformi alle norme europee, con garanzia e assistenza.
- c Possibilità di consegna e installazione a Milano.
- d Disponibilità a un vantaggio dedicato agli ospiti.

Criteri di valutazione

CRITERIO	COSA VALUTIAMO	PUNTI
Coerenza estetica	Integrazione con lo stile del loft: industriale, deciso, milanese	30
Valore per l'ospite	Il prodotto migliora davvero il soggiorno, è utile e memorabile	25
Qualità e durata	Materiali, resistenza all'uso intenso, assistenza	20
Condizioni proposte	Formula, vantaggio per gli ospiti, commissioni	15
Milano e sostenibilità	Produzione locale o italiana, filiera, impatto ambientale	10
Totale		100

La selezione è a insindacabile giudizio di Milano Loft Certosa. A parità di punteggio conta l'ordine di arrivo della candidatura.

08

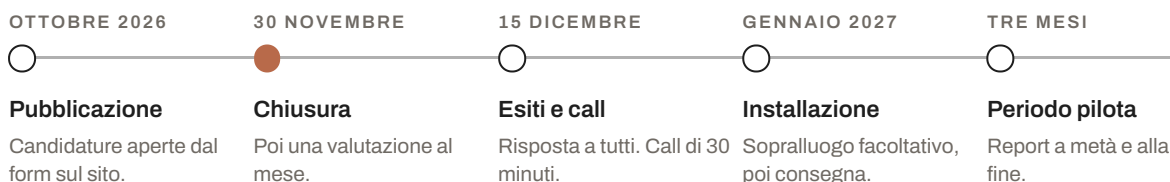
Modalità di partecipazione e calendario

La candidatura è gratuita e si invia solo online, dal form su milanoloftcertosa.it/open-call.

Contenuto della candidatura

- 1 Nome del brand, sito web e profilo Instagram
- 2 Referente, ruolo, email e telefono
- 3 Categoria e prodotto o servizio proposto
- 4 Motivazione: perché il prodotto nel loft, in massimo 300 caratteri
- 5 Formula preferita e vantaggio proposto per gli ospiti
- 6 Link a catalogo, press kit o listino
- 7 Consenso al trattamento dei dati personali

Calendario della prima finestra



Dopo il periodo pilota

Se la collaborazione funziona per entrambe le parti, si firma un accordo di partnership di 12 mesi, rinnovabile, con possibilità di recesso con 30 giorni di preavviso. Le date della prima finestra sono indicative.

Condizioni generali, privacy e domande frequenti

Nessun obbligo

Partecipare non impegna nessuna delle parti. L'accordo nasce solo con la firma del contratto di partnership.

Selezione

Milano Loft Certosa può non selezionare nessuna candidatura in una categoria, se nessuna è coerente con il progetto.

Costi

La candidatura è gratuita. Spedizione, installazione e ritiro dei prodotti sono a carico del brand.

Prodotti nel loft

In comodato restano di proprietà del brand. La normale usura è accettata; danni accidentali e furti sono regolati dal contratto.

Marchi e immagini

Nome e logo di ciascuna parte si usano solo per comunicare la partnership, per la sua durata. Le fotografie scattate nel loft restano di Milano Loft Certosa e sono concesse al brand con citazione.

Riservatezza e modifiche

Condizioni commerciali e report sono riservati. Il bando può essere aggiornato; fa fede il testo pubblicato sul sito.

Privacy

I dati della candidatura sono trattati solo per valutarla e per contattare il brand, nel rispetto del Regolamento UE 2016/679, e conservati per 24 mesi. Titolare del trattamento: Vincenzo Santoro, Milano Loft Certosa. Per accesso, modifica o cancellazione: info@milanoloftcertosa.it.

Possiamo candidare più prodotti?

Sì, anche in categorie diverse. Ogni prodotto viene valutato singolarmente.

È previsto un costo per entrare nel loft?

No. La collaborazione si basa sul prodotto, sul vantaggio per gli ospiti e sulle vendite.

Possiamo visitare il loft?

Sì, dopo la call conoscitiva, in un giorno senza ospiti.

Cosa succede se la categoria è al completo?

La candidatura resta in lista per le finestre successive e per le prossime strutture del progetto.

Gli ospiti possono acquistare subito?

Sì, tramite QR code, tablet o codice dedicato. I servizi si prenotano direttamente con il partner.

A chi possiamo scrivere?

A Vincenzo Santoro, fondatore, all'indirizzo info@milanoloftcertosa.it.



Milano Loft Certosa.

*Ci piacerebbe conoscere il vostro prodotto
e immaginare insieme dove potrebbe vivere.*

CANDIDATURE
milanoloftcertosa.it/open-call

SCRIVETECI
info@milanoloftcertosa.it

REFERENTE
Vincenzo Santoro, fondatore