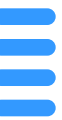


Albergo diffuso

Un po' casa e un po' albergo
- Partly a house and partly a hotel -

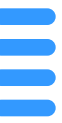
Francesco Testa, Antonio Minguzzi
Università degli Studi Del Molise

Angelo Presenza
Università "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara



- Con l'aumentare in tutto il mondo dell'attenzione verso i temi ambientali, anche lo sviluppo sostenibile del turismo incomincia a ritagliarsi spazi di notorietà sempre più consistenti
- Con il termine **turismo sostenibile**, l'Organizzazione Mondiale del Turismo definisce quel turismo che gestisce tutte le risorse garantendo allo stesso tempo risposte ai bisogni economici come anche a quelli sociali e ambientali
- Il turismo inteso non come consumatore di ambiente e patrimonio culturale ma come fattore fondamentale per preservarne l'integrità e garantirne lo sviluppo





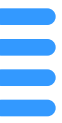
- *Il turismo è sostenibile se:*

1. Fa un uso ottimale delle risorse ambientali, non altera i processi ecologici essenziali e contribuisce nel preservare il patrimonio naturale e la biodiversità
2. Rispetta l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, conserva il loro stile di vita e i valori della tradizione, contribuisce alla reciproca comprensione culturale , promuove la tolleranza
3. Assicura iniziative economiche sostenibili nel lungo periodo, genera benefici socio-economici per tutti gli stakeholder, realizza opportunità per migliorare il benessere della collettività e contribuire ad alleviare la povertà

Un nuovo turista si affaccia sullo scenario

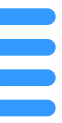


- Il “**turistica di prima generazione**” era colui che negli anni ‘60 aveva conquistato “il diritto di prendersi una vacanza”. Non importa dove si va, l’importante è andare in vacanza!!!
 - Il “**turistica di seconda generazione**”, o “turista di massa”, era colui che era interessato a servizi standardizzati e alla ricerca ovunque nel mondo degli stessi confort che aveva a casa. Il turismo di massa cresce rapidamente e acquista rilevanza nel mercato turistico internazionale
 - Il “**turista di terza generazione**” ha il desiderio di vivere una vacanza unica, fare esperienza di luoghi nuovi e differenti, di ricevere servizi personalizzati e di scoprire cose autentiche. Vuole immergersi nella cultura locale, in situazioni uniche, difficilmente replicabili. Non gli interessa solamente visitare un luogo nuovo, ma vuole soprattutto avere la possibilità di stabilire nuove relazioni, non solo con gli altri ospiti dell’hotel, ma principalmente con i residenti, alla ricerca di relazioni sincere e calde
-



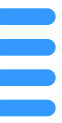
sviluppare il turismo attraverso innovazione e tradizioni

- L'albergo diffuso risponde perfettamente ai bisogni del *turista di terza generazione*
 - E' una tipologia particolare di hotel concepita per offrire agli ospiti un'esperienza unica di vita all'interno di centri storici e piccoli borghi
-



sviluppare il turismo attraverso innovazione e tradizioni

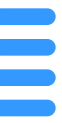
- Un **Albergo Diffuso** offre tutti i servizi di un hotel tradizionale (reception, assistenza, spazi comuni, pasti, ecc.), mentre le stanze sono sparse nel borgo, a una distanza massima di 200 metri dal centro nevralgico dell'hotel (la reception, gli spazi comuni, il ristorante)
 - Le stanze e/o gli appartamenti sono dislocate all'interno di costruzioni che, essendo parte del centro storico e essendo state appropriatamente ristrutturare nel rispetto della cultura locale, forniscono immediatamente la sensazione di "essere local".
 - E', in ogni caso, una struttura ricettiva con un coordinamento manageriale unico
-



sviluppare il turismo attraverso innovazione e tradizioni

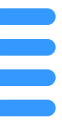
- Un albergo diffuso rappresenta anche un approccio peculiare allo sviluppo in quanto mira a ridurre al minimo eventuali impatti negativi per l'ambiente
- Affinché si possa parlare di albergo diffuso, niente di nuovo deve essere costruito. Si può solamente ristrutturare e recuperare le case esistenti, nel rispetto nella cultura locale e del background storico, e mettendo a rete ciò che già esiste





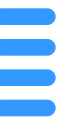
sviluppare il turismo attraverso innovazione e tradizioni

- Un albergo diffuso, grazie alla sua autenticità, alla vicinanza tra le strutture che lo compongono, alla presenza di una comunità locale viva, più che un periodo di semplice vacanza, propone la conoscenza di un nuovo stile di vita
 - Genera ricadute economiche per l'intero paese, stimolando la nascita di nuove attività turistiche e recuperando lavori della tradizione locale come ad esempio nell'artigianato e nell'enogastronomia
 - Permette di far emergere nuove destinazioni turistiche che altrimenti rimarrebbero fuori dai circuiti. Promuove e gestisce, assieme alle autorità locali e agli attori operativi sul territorio, nuove attività capaci di riposizionare il territorio nel mercato turistico, come eventi, specifici corsi nei settori tradizionali (cucina locale, artigianato, ecc.)
-



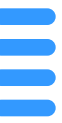
Quali problemi risolve? Un po' casa, un po' albergo

sentirsi a casa	essere ospite di un hotel
cortesìa e gentilezza	ricevere servizi professionali
autenticità	efficienza
unicità degli spazi e camere non standardizzate	facile booking
allestimenti accoglienti e attenti alle tradizioni	varietà di tariffe, in relazione alle diverse stanze
attenzione per i dettagli	comfort
legami con il territorio	ampio set di servizi
a contatto con i residenti	contatto con gli altri ospiti
ambiente informale	privacy



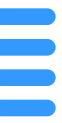
I principali vantaggi di un AD, in comparazione con gli alberghi tradizionali

- Genera un prodotto turistico di altra qualità, espressione del territorio in un cui è inserito, senza che generi impatti ambientali negativi (niente di nuovo deve essere costruito, le costruzioni esistenti devono essere ristrutturate e messe in rete)
 - Contribuisce a sviluppare e mettere a sistema l'offerta turistica locale
 - Supporta lo sviluppo turistico sostenibile in aree interne
 - Contribuisce a fermare l'abbandono e conseguente spopolamento dei piccoli centri
-



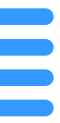
Principali condizioni alla base dello sviluppo dell'AD

- L'idea deve partire dall'interno della comunità locale e i residenti devono cogliere i vantaggi che possono derivare da questa innovazione
 - Gli attori locali devono essere interessati a lavorare assieme
 - Deve esistere un'unità gestionale unica tale da riconoscere distintamente la presenza di un soggetto imprenditoriale. L'impresa può essere formata da un unico imprenditore o da una società
 - Esiste un numero ragionevole di stanze (minimo 7) distribuite ad una distanza ragionevole l'una dall'altra e che possono essere messe a disposizione dell'AD per un lungo periodo (minimo 9 anni)
-



Principali condizioni alla base dello sviluppo dell'AD

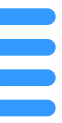
- Il borgo è in grado di fornire i servizi minimi essenziali (presenza di una farmacia, di un alimentari, di un bar, ecc.)
 - L'area circostante ha un certo appeal (bellezza del paesaggio, siti culturali, attrazioni turistiche, ecc.)
 - Il borgo è abitato da una comunità conviviale e ospitale, disponibile a relazionarsi con i nuovi arrivati e a mettersi a disposizione
-



Un albergo diffuso è creato principalmente in due modi

- Primo caso: un investitore compra o affitta gli alloggi e inizia l'impresa turistica
- Secondo caso: un gruppo di attori locali crea un consorzio e delega a un soggetto terzo (es. una cooperativa) la gestione della struttura

In entrambi i casi, il ruolo dell'amministrazione locale è "incubare" l'idea-progetto e fornire il massimo supporto e incentivo (es. facilitando gli aspetti burocratici, investendo nel miglioramento delle infrastrutture e nel decoro urbano)



Il percorso che conduce alla creazione di un AD

- Analisi del territorio e ha l'obiettivo di verificare l'esistenza delle condizioni di base menzionate precedentemente
- Promozione, che include una sottofase relativa alla creazione di nuova imprenditorialità
- Costruzione di un business plan
- Supporto alla fase di start-up (anche attraverso servizi finanziari)

Inoltre, occorrerà supportare le amministrazioni locali nel riorganizzare i servizi per meglio rispondere alle nuove esigenze
