



Law In Action
di Paolo Storani

Home | Notizie Giuridiche | Attualità | Guide Legali | Codici e Leggi | Risorse | Sentenze | Mappa

Cerca

ALBERGO DIFFUSO e leggi regionali - Come incrementare l'offerta TURISTICA senza costruire

diventa fan



di **Paolo M. Storani** - Al momento sono 83: sono alberghi che non si costruiscono per i quali non occorre inquinare l'aria o l'acqua, non serve estrarre dalle cave (riducendo un inguardabile gruviera i nostri monti), non occorre depauperare ulteriormente il nostro già compromesso patrimonio montuoso o boschivo.

L'albergo diffuso è un modello di ricettività che **rianima un centro storico**. Permette di **rientrare nei centri storici** in una prospettiva di *soft economy* e

coinvolge gli operatori economici che appartengono alla filiera turistico - ricettiva: ristoratori, commercianti, artigiani, imprenditori e produttori.

Ne preserva e ne valorizza il **patrimonio artistico** (cfr. art. 9 Cost.). Incentiva il turismo anche nei borghi meno raggiungibili (infatti, **il Prof. Giancarlo Dall'Ara**, alle cui espressioni convegnistiche sono ispirate le presenti noterelle e che ha messo a punto primo, da autentico precursore, il modello di albergo diffuso, tra le tante ragioni per le quali gli enti dovrebbero incentivare tale forma nel manuale edito da **Franco Angeli** nel 2010 indica "l'incremento del turismo nelle zone interne") e non dotati di posti letto, che altrimenti rimangono sudditanti rispetto a realtà più attrezzate che fungerebbero da catalizzatore e prevaricherebbero il paese sprovvisto di alloggi turistici.

Riapre negozi. E' un freno allo spopolamento.

Accresce il valore delle abitazioni del borgo ed è generatore di reddito, invece che di costi e tasse.

Preserva l'habitat esistente da nuove, indesiderabili colate di cemento: basta allo sfruttamento del suolo!

Anche come nome, è in lingua italiana: è un modello di ospitalità italiana.

Non è un camping, non è un hotel, non è un resort, non è un residence, non è una country house e nemmeno un agriturismo (che è in campagna, non in un borgo provvisto di negozi e servizi).

Categorie

Diritto Civile	Diritto Commerciale
Diritto Penale	Diritto Commerciale
Diritto del Lavoro	Diritto Costituzionale
Diritto Previdenziale	Diritto Amministrativo

Diritto di Famiglia	Tributario e Fisco
Responsabilità medica	Immigrazione
Infortunistica stradale	Condominio
Tutti gli argomenti	

Risorse e utility

Calcolo danno biologico	Interessi e Rivalutazione
Compensi avvocati 2012	Devalutazione moneta
Tariffe forensi	Rivalutazione moneta
Formulari OnLine	Calcolo usufrutto
Scorporo fatture	Danno da morte
Fattura online	Calcolo IMU online
Calcolo interessi legali	Ricerca libri giuridici
Calcolo interessi di mora	Termini processuali
Interessi tasso fisso	Ricerca CAP
Calcolo codice fiscale	Numeri telefonici
Contributo unificato	Esame avvocato
Tutte le risorse»	

In evidenza



[Avvocati: ricchi, ricchissimi, praticamente in mutande](#)



[Il Pignoramento presso terzi: rinvio dal 2013](#)



[Militari, indennità di trasferimento ex L. 86/2001: è dovuta in caso di soppressione dell'Ente](#)

Sono solo in Italia gli alberghi diffusi, anche se alcuni timidi tentativi sono stati sperimentati in Svizzera e in Croazia.

E' un **albergo orizzontale**, non verticale, **composto di sette appartamenti**, magari di quelli che sono sfitti da tempo per le più svariate ragioni: perché il proprietario non vende o non trova ad affittare o non ha fiducia nelle proposte locative che gli si presentano; anche gli affittacamere possono partecipare; l'unica necessità è che gli alloggi si trovino ad una distanza non siderale l'uno dall'altro, in un perimetro massimo di cinquecento metri (ideale per la funzionalità della struttura una distanza non superiore ai **duecento metri**), ed all'interno di un **borgo** non disabitato e non sprovvisto di servizi.

Altrimenti è impossibile gestire l'albergo diffuso anche per **esigenze di pulizia** o di **ristorazione**: la piccola colazione a due chilometri di distanza non si può fare o servire.

Non è un hobby, bensì un'**autentica attività imprenditoriale**.

L'albergo diffuso richiede, pertanto, una **gestione unitaria**.

Una guida di un gruppo turistico, un **tour operator**, un autista di un pullman deve avere un unico interlocutore, **il gestore**.

Ciò non toglie che in borghi più grandi gli alberghi diffusi possano essere più di uno, come ad esempio **la città di Termoli**.

Così uno tira la volata all'altro: uno può avere un'impostazione classica, l'altro moderna. Il pubblico, cioè il Comune o la Pro Loco (organismo di promozione dell'attività turistica di base) ne favorirà la nascita e lo sviluppo per poi lasciarlo nelle mani di qualche privato che s'impegnerà nell'impresa di tenerlo vivace e proattivo.

L'albergo diffuso nasce nel momento in cui noi mettiamo in rete ed **in sinergia** questi appartamenti.

Non c'è stagionalità come negli hotel del mare o della montagna: l'albergo diffuso **funziona e lavora tutto l'anno**.

Gli appartamenti debbono essere ben arredati, di certo non con mobili di scarto, materassi sfondati, divani lisi e cuscini deformati. Non il frigo del 1970 che funziona a corrente alternata.

Basta con quei quadri a stampa assurdi che troviamo negli alberghi: sono orrendi!

L'arredamento dev'essere come quello di casa.

L'arredo è di fondamentale importanza: costa veramente poco arricchire l'appartamento di tendine e tocchi estetici che rendono **gradevole l'impatto**.

L'approccio corretto è di arredare i luoghi come li vorreste trovare Voi altrove.

Del resto, la tipologia del soggiorno induce a ritenere che gli ospiti non danneggeranno la struttura perché si tratta di persone che **rifuggono il modo tradizionale degli hotel** o dei resort. Desidera **la semplicità e sperimentare lo stile di vita del borgo**.

L'albergo diffuso è un'alternativa alla museizzazione ed alla disneyficazione del soggiorno: cosa Vi portano a vedere le gite organizzate? I luoghi dei turisti; sono proprio i luoghi dei turisti che i viaggiatori degli alberghi diffusi rifuggono come la peste! Serve anche ai residenti che imparano ad apprezzare le piccole cose che hanno nel borgo.

L'**arredo** dev'essere tale e quale a quello destinato ad un residente vero.

I proprietari avranno l'obbligo di rendere accoglienti questi appartamenti perché diverranno delle camere di albergo, previo cambio di destinazione.

Gli appartamenti devono essere peculiari, "di **sapore antico**", di un certo tipo per rendere affascinante il soggiorno agli avventori che saranno anche stranieri provenienti da luoghi molto lontani che si sentiranno a casa propria: avranno l'ebbrezza di **vivere la vita del borgo tale e quale a chi vi risiede e vi abita**.

Gli ospiti si fermeranno a chiacchierare per strada e nei negozi; il fornaio il secondo giorno ci riconoscerà e ci tratterà non da turista da spennare, bensì da persona da rispettare; sarà una permanenza **non mordi e fuggi** ed auspicabilmente diffonderanno, rientrando alle loro residenze (Amsterdam, Londra, New York: i tedeschi amano gli agriturismi, escono poco e stanno tutto il giorno in piscina), l'accoglienza di quel paesino e la gentilezza ed affabilità della gente del luogo.

Nel **marketing** la cosa che funziona di più è **il passaparola!**



[Compensi avvocati: Calcola la spesa in 10 secondi - parametri 2014](#)



[Il pignoramento presso terzi alla luce delle modifiche introdotte c.d. Legge di Stabilità.](#)



[Il contratto di locazione commerciale](#)



[PROVA CONTRARIA e processo civile](#)



[Cassazione: la prescrizione presuntiva. Come può l'avvocato dimostrare che il cliente non ha](#)

[pagato](#)



[La rivalutazione dell'assegno di mantenimento](#)



[Cassazione: va sanzionato il magistrato che tratta male le parti in udienza](#)



[La ripartizione delle spese tra locatore e conduttore.](#)



[La liquidazione volontaria delle società](#)



[I rapporti tra conviventi hanno natura morale e sociale: la Cassazione conferma l'applicazione dell'art. 2034 c.c.](#)



[Avvocati: la sindrome del burn-out. Come riconoscerla e affrontarla!](#)



[Il contratto di locazione ad uso abitativo](#)



[L'inefficacia delle clausole vessatorie e la rilevanza d'ufficio](#)



[INSIDIA STRADALE e FATTO CONDUCENTE che esclude il nesso causale - Cass., Sez. II 10.3.2014, n. 5494 - Pres. Est. PETTI](#)

Bisogna dare argomenti agli avventori per tornare.

Del resto, il turismo internazionale è sempre aumentato anche al tempo dell'abbattimento delle Torri Gemelle: non è mai in crisi!

Chi non ha turisti dovrebbe interrogarsi sulle cause: perché?

Occorre cambiare **la mentalità**, allora.

Un borgo se non ha apertura mentale, non ha turismo, non può vivere di turismo.

Il turismo è **relazione tra persone**.

Le botteghe così come le abbiamo noi non le ha nessuno al mondo.

I baretti sono **luoghi di consolazione**, i negozi sono **luoghi di conversazione**: il titolare non deve avere il muso!

Forse perché quei posti **non hanno saputo trattenere i turisti**.

Ad esempio, ogni luogo ha dei musei, che sono immancabilmente chiusi quando servono al turista estemporaneo, che non tornerà mai più.

Inutile fare la promozione del proprio paese dove vanno tutti gli operatori turistici, come alla BIT di Milano: lo stand costa un sacco di soldi, ma lì ci sono schierati tutti i concorrenti del mondo: noi dobbiamo attrarre la gente che transita anche per caso per i nostri paesi, nei porti e nelle strade e che richiede dei servizi.

Quella gente farà delle foto e le posterà nei **social network**, tipo Facebook.

Il grande *marketing* è proprio l'accoglienza.

Assurdo che nei musei appena si entra ci sia scritto su un cartello evidentissimo: "**Vietato fotografare**"; perché mai se non vi sono specifiche esigenze del tipo preservare la Gioconda al Louvre ...

Infatti, chi si rivolge a questi alberghi diffusi?

Non certo chi richiede un'accoglienza alberghiera tradizionale, massificata e standardizzata, ma chi vuole vivere la località in cui si trova ed acquisirne usi e tradizioni, anche se soltanto per qualche giorno.

L'albergo diffuso non fa, quindi, concorrenza agli hotel tradizionali.

L'accoglienza vera ed il sorriso spontaneo stampato sul volto saranno i pre-requisiti dell'iniziativa.

Il saluto del buongiorno e della buonasera quando uno entra in un locale è d'obbligo

Tutti debbono essere sensibilizzati anche perché tutti ne avranno (o ne potrebbero avere) dei vantaggi: se non altro le loro case si rivaluteranno, in controtendenza a quel che sta accadendo da anni a causa della crisi immobiliare in atto.

Le cose per turisti non interessano al viaggiatore che presceglie l'albergo diffuso.

Le cose per turisti non funzionano più.

Le case sono state costruite non per i turisti, ma per i residenti.

Tutto il borgo verrà coinvolto dal progetto, in special modo chi ha un negozio o produce beni e servizi.

I titolari delle attività che vorranno aderire nel meccanismo di interazione con l'albergo diffuso potranno indicare **l'orario di apertura** in cui sarà possibile agli ospiti della struttura visitare e, sperabilmente, acquistare prodotti tipo olio d'oliva, vino e quant'altro della filiera eno-gastronomica.

Del resto, il viaggiatore vuole riportarsi a casa un oggetto che sia il simbolo della sua permanenza in quel posto: un turista che non compera, non è un turista!

Secondo gli antropologi, quell'acquisto è la prova tangibile di aver effettuato il viaggio.

L'oggetto potrà essere mostrato e fatto assaggiare ai parenti ed amici.

Sia i bar che i ristoranti potranno stipulare una convenzione con la struttura dell'albergo diffuso che potrebbe consegnare dei buoni o ticket da fruire presso l'esercente prescelto senza movimento di denaro.

Un appartamento fungerà da *reception*: la **sede centrale** e sarà tendenzialmente in funzione 24 ore su 24: darà occupazione (si realizzerà una ricaduta immediata sul nevralgico settore del mondo del lavoro, quindi) a **tre o quattro giovani disoccupati** o inoccupati, ma dotati di grande professionalità, **qualificati** e **conoscitori** di almeno un paio di **lingue**; si impegneranno nel lavoro di *booking*, vale a dire **si centralizza** il sistema delle prenotazioni, *l'info-point*; i ragazzi addetti alla *reception* prenderanno le prenotazioni telefoniche e tramite internet su un apposito sito che la **Pro Loco**

predisporrà.

L'appartamento che fungerà da **centro operativo** sarà un po' più grande degli altri (satelliti) ed avrà delle **salette** a disposizione dei clienti dell'intera struttura di ospitalità.

Ad esempio, i bambini vi giocheranno tutti insieme e così le persone anziane che non vorranno partire per gite nei dintorni del luogo potranno godere di ore ricreative tutti insieme.

Vi saranno, dunque, spazi comuni di socializzazione ove sarà anche il punto di ristoro della struttura.

D'incanto il borgo dei nostri meravigliosi paesi e paesini si riaccenderà di nuova vitalità perché avrà un incremento pressoché immediato del flusso turistico.

L'albergo diffuso potrà dotarsi di un'auto capiente per gli spostamenti al di fuori del perimetro di operatività: anche le località vicine ne avranno un beneficio.

Tutti gli operatori turistici potranno accedere al portale che la Pro Loco aprirà; potranno così promuovere i loro prodotti artigianali ed eno-gastronomici alle comitive, segnalando gli orari di apertura per degustazioni ed acquisti.

Deve essere contemplata la possibilità di far visitare le fattorie e gli spacci aziendali artigianali.

Si tratta di produzioni di nicchia che ne verranno incentivate ed esaltate a costo zero in termini pubblicitari.

Bisogna profittare delle realtà circostanti che fungono da volano per la struttura dell'albergo diffuso e ne vengono ricambiate in termini di flussi turistici.

La **Legge Regionale delle Marche** è del 2006, è la n. 9 dell'11 luglio 2006 - deliberazione di Giunta Regionale n. 479 del 14 maggio 2007; la prima legge regionale è quella della Sardegna, n. 27/1998. All'art. 10 la L.R. Marche prevede che "1. sono strutture ricettive alberghiere gli esercizi organizzati per fornire al pubblico, con gestione unitaria, alloggio, con o senza servizio autonomo di cucina ed altri servizi accessori per il soggiorno, compresi eventuali servizi di bar e ristorazione. 2. Le strutture ricettive alberghiere si distinguono in alberghi, residenze turistico-alberghiere e alberghi diffusi. 5. Sono alberghi diffusi le strutture ricettive aperte al pubblico, a gestione unitaria, che forniscono alloggio anche in stabili separati, purché ubicati nel centro storico e distanti non oltre cinquecento metri dall'edificio principale in cui sono ubicati i servizi di ricevimento e portineria e gli altri servizi accessori generali, compreso l'eventuale servizio di ristorazione".

Il **Prof. Giancarlo Dall'Ara** è Presidente nazionale Alberghi Diffusi.

La bellissima fotina che correda questo articolo effigia la Rocca di Nazzano, un comune di 1300 abitanti, situato nella valle del Tevere, in provincia di Roma; è opera dell'autore Sirio Santodonato, che ne ha permesso su Wikimedia Commons la diffusione (licenza creative commons) con l'indicazione della fonte autorale.

[Altri articoli di Paolo Storani](#) | [Law In Action](#) | [Diritti e Parole](#) | [MEDIÀevo](#) | [Posta e risposta](#)

(30/04/2014 - Law In Action - di P. Storani) ► [Lascia un commento](#) • [Ultimi commenti](#) • [Cita nel tuo sito](#) • [Salva in](#)

[PDF](#)

Uivellid fidi

Commenta con Disqus: Selezionando "Preferisco commentare come ospite" non serve password. [Ultime discussioni](#)