

Cultura dell'accoglienza e ospitalità diffusa. Conversazione con Giancarlo Dall'Ara*

a cura di Silvia Mantovani **

abstract

La conversazione mette in luce le caratteristiche di un nuovo e originale modello italiano di ospitalità: l'Albergo diffuso. Giancarlo Dall'Ara, docente di marketing nel turismo e fondatore dell'Associazione nazionale degli Alberghi Diffusi, illustra questa nuova "cultura dell'accoglienza", basata su alcuni principi fondamentali: nessuna nuova costruzione, inserimento nel territorio e nella sua storia, autenticità dell'esperienza, presenza di una comunità ospitante, ambiente integro.

parole chiave

Albergo diffuso, turismo sostenibile, conservazione attiva, paesaggio culturale.

* *Docente di marketing nel turismo presso il CST di Assisi, è fondatore dell'Associazione nazionale degli Alberghi Diffusi e consulente di Regioni turistiche italiane, destinazioni e Consorzi di operatori.*

** *Architetto e paesaggista. Dottore di ricerca in Progettazione Paesistica presso l'Università degli Studi di Firenze.*

Reception culture and widespread hospitality. A conversation with Giancarlo Dall'Ara

abstract

The conversation highlights the features of a new and original Italian model of hospitality: the Albergo Diffuso (Widespread Hotel). Giancarlo Dall'Ara, professor of Tourism Marketing and founder of the National Association of Widespread Hotels, illustrates this new "reception culture", grounded on some basic assumptions: no new buildings, integration with place identity, genuine experience, presence of a hosting community living in the place, preserved environment.

key-words

Albergo diffuso (widespread hotel), sustainable tourism, active preservation, cultural landscape.



Il turismo e l'eredità culturale stonano tra loro, quando questa eredità è trasformata in un prodotto a sé stante, ridotto infine a merce di scambio.

L'eredità culturale non è più quindi un elemento portante della società che il turista viene a visitare, ma uno strumento o mera rappresentazione teatrale.

Kurt Cuger (Messner Mountain Museum, Ripa)

Il paesaggio, quale "componente essenziale del contesto di vita delle popolazioni" e "fondamento della loro identità" costituisce una risorsa primaria e un contesto favorevole per lo sviluppo del turismo.

La Convenzione Europea del Paesaggio (CEP) del 2000 ha infatti messo in evidenza, che "il paesaggio svolge importanti funzioni di interesse generale, sul piano culturale, ecologico, ambientale e sociale e costituisce una risorsa favorevole all'attività economica", e "se salvaguardato, gestito e pianificato in modo adeguato, può contribuire alla creazione di posti di lavoro".

Già nel 1995, però, la Carta di Lanzarote (CL) sul Turismo sostenibile aveva evidenziato che "il turismo è un fenomeno ambivalente poiché può potenzialmente contribuire al raggiungimento di obiettivi socio-economici e culturali ma può anche, allo stesso tempo, essere causa del degrado ambientale e della perdita di identità locali" e divenire quindi esso stesso uno dei principali fattori di distruzione dell'ambiente e del paesaggio.

Lo sviluppo turistico, pertanto, così come sottolineato sempre dalla CL "deve essere basato sul criterio della sostenibilità, ciò significa che deve essere: ecologicamente sostenibile nel lungo periodo, economicamente conveniente, eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali".

Nel 2003, infine, la Convenzione UNESCO per la Salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale (CU) (costituito dalle "pratiche, rappresentazioni, espressioni, conoscenze e i saperi – così come gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati ad essi – che le comunità, i gruppi e, in alcuni casi, gli individui riconoscono come facenti parte del loro patrimonio culturale"), ha messo in rilievo che "il patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in funzione del loro ambiente, della loro interazione con la natura e la loro storia, e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana".

È interessante vedere come tre importanti documenti internazionali, apparentemente così diversi, trovino un punto di incontro proprio nel promuovere, ognuno a suo modo e nel proprio ambito specifico, la conservazione attiva e la valorizzazione dei "paesaggi culturali", nel senso ampio del termine, sottolineando l'imprescindibile necessità di una reale sinergia tra sviluppo, ambiente, patrimonio, identità.

Ma quali sono state le risposte che il sistema turistico ha saputo dare a questa istanza di una qualità territoriale diffusa, capace di integrare risorse economiche e ambiente naturale, culturale e sociale, nel rispetto delle attività tradizionali, dell'identità e della cultura delle comunità residenti?

Una delle proposte ad oggi più convincente sembra essere l'"Albergo Diffuso", una realtà nata in Italia che si basa su alcuni principi fondamentali: nessuna nuova costruzione, inserimento nel territorio e nella sua cultura, autenticità

dell'esperienza, presenza di una comunità ospitante, ambiente integro.

Giancarlo Dall'Ara, docente di marketing turistico, dopo aver messo a punto questo nuovo e originale modello di ospitalità, ha fondato l'Associazione nazionale degli Alberghi Diffusi, con lo scopo di promuovere e sostenere lo sviluppo in Italia e all'estero di questa esperienza.

L'obiettivo prefissato è quello di incoraggiare il recupero di antichi borghi e agglomerati rurali per ridare loro nuova vita attraverso la creazione di un "paese albergo" gestito dalla comunità locale, capace di offrire una esperienza autentica, una ospitalità destagionalizzata, fuori dalle destinazioni più abusate.

La speranza è quella di riuscire a creare una nuova cultura dell'accoglienza e a ribaltare il concetto di "offerta turistica": non più quantità di beni e servizi da immettere sul mercato ad un determinato prezzo, ma opportunità di miglioramento della qualità diffusa del patrimonio culturale, paesaggistico, ambientale, ai fini anche della valorizzazione turistica.

D. Dopo l'era del turismo di massa, delle catene alberghiere e dei villaggi vacanze, che ha caratterizzato la domanda e l'offerta ricettiva degli ultimi decenni, è nata una nuova "generazione" di turisti, che rifugge dalle esperienze standardizzate, richiede proposte diverse da quelle tradizionali, cerca l'autenticità dei luoghi. Che cosa può offrire l'Albergo diffuso a questa nuova categoria di fruitori?

R. Nel sistema turistico del nostro paese alla ricchezza e alla diversità delle offerte ospitali del passato (locande e taverne medievali, ostelli, pensioni...), si è lentamente sostituita una gamma



di strutture sempre più simili tra loro quanto a stile e modello gestionale, e quanto a standard di servizio e strutturali. Questa tendenza all'omologazione, che ha portato a trovare ovunque gli stessi servizi e strutture simili tra loro, è il frutto di un atteggiamento di "imitazione acritica" che ha sempre considerato come modello al quale ispirarsi quello degli alberghi *standard*, di tipo urbano, decontestualizzati ed estranei rispetto all'ambiente circostante. Ma oggi il sistema della ricettività italiano vive un momento di grande cambiamento, e alle strutture tradizionali continuano ad aggiungersi nuove formule di ospitalità, anche se non tutte normate, classificate e riconosciute ufficialmente.

L'Albergo Diffuso è nato proprio per rispondere alle esigenze di una generazione di turisti che non ama le cose fatte apposta per turisti (come lo sono gli alberghi tradizionali) ma che desidera vivere i luoghi, alloggiare in strutture concepite per i residenti, condividere il loro stile di vita, con la garanzia di tutti i confort e i servizi alberghieri (pulizia quotidiana delle camere, assistenza, ecc...).

D. La "rivoluzione" dell'ospitalità diffusa parte dal presupposto che il turismo sia una componente della cultura delle località in cui viene attuata, prima ancora che della loro economia. Ma come funziona veramente il modello dell' Albergo Diffuso, e quali sono le sue specificità rispetto ad una struttura ricettiva tradizionale?

R. L'albergo diffuso, come è chiaro fin dal nome, è in primo luogo un albergo, più precisamente un albergo orizzontale, che non si costruisce, ma che nasce mettendo in rete case vicine tra loro, che diventano le camere di una struttura in grado di offrire tutti i servizi alberghieri, dall'assistenza alla

ristorazione, agli spazi comuni per gli ospiti. L'albergo diffuso dunque non è una semplice sommatoria di case, ma una vera e propria struttura ricettiva alberghiera originale. Gli edifici che compongono l'albergo diffuso sono di norma case di pregio, o almeno abitazioni tipiche, di sapore locale appunto, in un contesto di interesse storico e culturale, ristrutturate e ammobiliate in modo tale da coniugare i comfort dei servizi con l'autenticità della proposta.

Immaginate un proprietario di una casa antica in un piccolo centro del nostro paese, che vuole staccare con la vita della grande città e torna nella casa dei nonni. Scopre che ristrutturarla e viverci richiede un grosso investimento e pensa al turismo come forma di reddito. Ha di fronte a sé due possibilità: o apre un B&B, ottenendo così una piccola integrazione di reddito. Come B&B può affittare tre camere, e offrire una colazione senza manipolare i prodotti, cioè una piccola colazione standard, oppure può aprire un AD, cioè un'impresa ospitale. Per fare un AD non deve costruire niente di nuovo, deve solo trovare altre case vicine alla sua, da prendere in gestione, raggiungere un minimo di camere che garantiscano la fattibilità economica al progetto, e gestire il tutto come un albergo (non come una rete di case), cioè prevedere spazi comuni, punto ristoro, accoglienza e soprattutto i servizi alberghieri professionali per gli ospiti.

D. Esiste una normativa che definisce in maniera chiara il modello dell'Albergo Diffuso e ne disciplina il funzionamento e gli standard qualitativi e quantitativi su tutto il territorio nazionale?

R. In Italia 16 Regioni hanno una normativa specifica e molte hanno un disciplinare piuttosto

dettagliato. Ma il modello è quello che ho appena descritto e che riassumo: gestione imprenditoriale e unitaria di case che diventano camere di un albergo che non si costruisce. Le case devono essere disabitate, vicine tra loro, autentiche e il borgo deve essere abitato. Agli ospiti vanno garantiti tutti i servizi alberghieri.



Figura 1. Albergo Diffuso "Aquae Sinis", recentemente aperto a Cabras, in provincia di Oristano.

D. Dal dopoguerra ad oggi le campagne, e ancor più la nostra montagna, sono state oggetto di progressivo abbandono e degrado. La stessa sorte è toccata ai vecchi borghi, che hanno perduto, oltre alla popolazione, le proprie memorie, l'identità, i saperi. Quale funzione può avere l'Albergo Diffuso nel recupero delle specificità locali, oltre che nella ricostituzione di "presidi sociali" sul territorio?

R. L'AD ha già dimostrato di poter assolvere ad almeno tre funzioni: animare la vita dei borghi, portando turismo e creando iniziative, generare reti e filiere di produttori, cioè alleati nel processo di



valorizzazione del territorio, e infine contribuire ad evitare lo spopolamento dei borghi creando occasioni di lavoro. Il 90% degli AD è aperto tutto l'anno, un dato che da solo testimonia il contributo che questo modello di ospitalità sostenibile è in grado di dare allo sviluppo turistico dei borghi e più in generale dei territori.



Figura 2. "Scicli Albergo Diffuso", recentemente inaugurato a Scicli, in Sicilia.

Non solo: il centro storico, o il borgo nel quale sorge l'Albergo Diffuso, si caratterizza per un numero di abitanti tale da garantire agli ospiti la possibilità di avviare relazioni, di avere rapporti interpersonali con i residenti e gli altri ospiti. L'idea di base è che, più che clienti di un albergo, si è per qualche giorno parte di un vero e proprio vicinato, qualcosa che ha a che vedere con la vita di una comunità "temporanea".

D. Anche gli Agriturismi sono stati utilizzati in Italia, ormai da oltre quarant'anni, per promuovere il turismo in ambito agricolo, e valorizzare lo stretto legame fra i valori ambientali, storici e culturali del territorio. Non sempre, però, questa strategia dagli intenti virtuosi ha portato risultati altrettanto validi. In alcuni casi, anzi, il paesaggio agrario è stato stravolto, o radicalmente reinventato, per creare un prodotto da vendere sul mercato turistico. Che tipo di rapporto instaura l'Albergo Diffuso con il territorio agricolo, e più in generale con il paesaggio circostante?

R. Né il B&B né l'agriturismo sono nati in Italia; sono stati importati, o meglio copiati da esperienze estere. Per i B&B tra l'altro non è stato fatto nessuno sforzo per tradurre l'offerta nella cultura italiana, lo dimostra molto bene il nome che è rimasto in inglese. L'AD invece è nato in Italia, e all'estero il nome resta in italiano, non si traduce. L'AD pertanto vuole proporre qualcosa di molto legato alla nostra cultura ospitale. Per inciso propone il modello abitativo rurale e dei piccoli paesi del passato. In Italia infatti quando una famiglia si allargava perché uno dei figli si sposava, la nuova abitazione non veniva costruita sopra quella precedente, ma di fianco o di fronte alla casa originaria. La diffusione era orizzontale. Proprio come per l'AD, che è un modello sostenibile, anche perché come ho già detto, uno degli standard minimi che lo identifica è che niente deve essere costruito ex novo.

Ma un albergo diffuso è anche un modello di sviluppo turistico territoriale, e proprio per questo può essere utile considerarlo come un esempio, una modalità, di sviluppo locale sostenibile; un modello di sviluppo del territorio anche perché i suoi confini non coincidono con quelli della

struttura, degli edifici, ma si allargano al territorio circostante che è parte integrante dell'offerta. Attualmente in Italia gli alberghi diffusi sono oltre 60, ed hanno dato vita all'Associazione Nazionale degli Alberghi Diffusi che è attualmente impegnata ad esportare il modello nei paesi del mediterraneo, con il vincolo di continuare ad utilizzare la definizione in italiano. Nel frattempo la famiglia dell'Albergo Diffuso si è allargata.



Figura 3. Camera dell'AD "Borgo Vistalago" di Trevignano Romano, sul lago di Bracciano.

L'Associazione ha dato vita infatti sia alla formula dell'Albergo Diffuso di campagna (struttura ospitale che si riconosce nel modello dell'AD, ma sorge in

un contesto rurale), che alle reti di Ospitalità Diffusa (proposte ricettive che aderiscono alla filosofia dell'Albergo Diffuso, ma non offrono tutti i servizi alberghieri).

D. L'Albergo Diffuso, grazie alle sue specificità e alle sue regole, si pone come modello di turismo sostenibile, minimizzando il degrado ambientale che spesso accompagna le forme tradizionali di turismo. E' possibile secondo Lei, che possa nel tempo diventare anche una forma di presidio paesaggistico, non solo frenando il consumo di suolo, ma anche promuovendo la riscoperta di saperi e pratiche locali nell'uso del territorio?

R. Componente chiave dell'AD è il gestore. Sta alla sua cultura e alla sua sensibilità e alla sua professionalità dare un contributo alla salvaguardia del paesaggio. Oggi l'Associazione Nazionale degli Alberghi Diffusi che presiedo riconosce 63 AD, io conosco personalmente tutti i gestori, mi pare proprio che questa attenzione ci sia.

Riferimenti bibliografici

Per approfondimenti sul tema dell'Albergo Diffuso, si veda Dall'Ara G. (a cura di), 2010, *Manuale dell'albergo diffuso L'idea, la gestione, il marketing dell'ospitalità diffusa*, Franco Angeli, Milano.

Riferimenti iconografici

Tutte le immagini sono state fornite dall'autore.

*Testo acquisito dalla redazione nel mese di maggio 2012.
© Copyright dell'autore. Ne è consentito l'uso purché sia correttamente citata la fonte.*

