

Università degli Studi di Palermo



Corso di laurea in Economia e Finanza

Le microimprese nel sistema dell'ospitalità diffusa: il Paese Albergo

Elaborato finale di
Leonardo Cuccia

Relatori:
Ch. mo Prof. **S. Tomaselli**

Dott. **S. Scalisi**

ANNO ACCADEMICO 2008-2009

INTRODUZIONE

CAP. 1: IL MODELLO PAESE ALBERGO

- 1. Storia e definizione**
 - 1.1 Storia del Paese Albergo**
 - 1.2 Storia del Paese Albergo in Sicilia**
- 2. Impatto del progetto nell'economia**
 - 2.1 Tipologia delle residenze**
- 3. Piano operativo**
 - 3.1 Promozione del territorio e incremento delle presenze**
 - 3.2 Punti di intervento/articolazione**
 - 3.3 La rete diffusa**
 - 3.4 Analisi SWOT Paese Albergo**
- 4. Differenze con l'Albergo Diffuso**
 - 4.1 Cosa è l'Albergo Diffuso**
- 5. Le applicazioni del Paese Albergo: il Project Village**
 - 5.1 Obiettivi**
 - 5.2 Finalità**
 - 5.3 Esigenze organizzative**
 - 5.4 Modalità**
 - 5.5 Destinatari**
 - 5.6 Durata**
 - 5.7 Localizzazione**
 - 5.8 Collaborazioni**
 - 5.9 Promozione**
 - 5.10 Distribuzione**

CAP. 2: STIMA DEI COSTI DI REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI E SOLVIBILITA' DEL PIANO FINANZIARIO

- 1. Il programma**

- 1.1 Il sistema delle azioni
- 1.2 Il dimensionamento
- 1.3 I soggetti attuatori
- 1.4 Gli impatti
- 1.5 Le variazioni indotte sullo stock immobiliare
2. Il piano degli investimenti e la ricerca dei finanziamenti attivabili
3. Action Plan
4. Interventi progettuali
 - 4.1 Recupero, conservazione e fruizione del borgo antico per la creazione di nuova ricettività turistica di qualità e strutture museali, reception, centro di informazione turistica e sede operativa della società di gestione
 - 4.2 Opere infrastrutturali a supporto del Paese Albergo
 - 4.3 Sostegno alle PMI per la realizzazione di botteghe artigianali e commerciali, di attività enogastronomiche e di ristorazione ed ai privati/PMI per la realizzazione delle "residenze turistiche"
 - 4.4 Qualificazione di professionalità specializzate nei settori d'intervento
 - 4.5 Attività di progettazione e di supporto alla realizzazione degli interventi (Società di gestione e assistenza tecnica)
 - 4.6 Piano finanziario

CAP. 3: ANALISI DELLE STRUTTURE RICETTIVE DEL PROGETTO

1. Bed & Breakfast
 - 1.1 Principi generali
 - 1.2 Il campo di applicazione
 - 1.3 I gestori del B & B
 - 1.4 Le competenze
 - 1.5 Denuncia Inizio Attività
 - 1.6 Documenti da allegare alla domanda
 - 1.7 I contributi regionali
 - 1.8 I prezzi
 - 1.9 Le norme
 - 1.10 Il servizio

- 2. Affittacamere**
 - 2.1 Principi generali**
 - 2.2 Caratteristiche funzionali**
 - 2.3 Obblighi amministrativi per lo svolgimento dell'attività di affittacamere**
 - 2.4 Norme fiscali**
 - 2.5 Presentazione della denuncia di inizio attività**
- 3. Case per ferie**
 - 3.1 Principi generali**
 - 3.2 Requisiti strutturali e di esercizio minimi**
 - 3.3 Requisiti strutturali da attestare nella denuncia di inizio attività**
- 4. Sezione economico-finanziaria**
 - 4.1 Le previsioni di fatturato**
 - 4.2 La previsione dei costi fissi e variabili**

CONCLUSIONI

INTRODUZIONE

Il presente elaborato nasce dall'interesse maturato nei confronti del turismo a seguito dell'attività di tirocinio svolta presso l'Ente Bilaterale Regionale Turismo Siciliano.

In particolare ho focalizzato l'attenzione sul turismo di tipo relazionale e sulla sua attuazione tramite il progetto di Albergo Diffuso, strumento di valorizzazione territoriale ma soprattutto dei rapporti umani, utile per quei borghi che possiedono tante risorse e potenzialità non ancora utilizzate.

Il Turismo, in Italia come in molti altri paesi, è uno dei settori trainanti dell'economia nazionale. Negli ultimi 50 anni, soprattutto in Italia, questo settore ha avuto un'enorme sviluppo che l'ha portato ad essere equiparato a settori, ritenuti da sempre fondamentali per lo sviluppo di un paese, quali quelli dei trasporti e delle comunicazioni.

L'enorme potenzialità di cui dispone il nostro paese, tra le quali ricordiamo le qualità enogastronomiche e paesaggistiche, unite alla cortesia, al livello di ospitalità della gente e la pulizia degli alloggi, ha portato questo settore a crescere sempre più in maniera esponenziale. La Sicilia in particolare, ha nel turismo uno dei settori più importanti per il suo sviluppo. Bisogna sottolineare il fatto che, nonostante le enormi risorse disponibili, nella nostra regione molti paesi sono a rischio di scomparsa a causa della mancanza di incentivi atti alla promozione, rivalutazione e internazionalizzazione del territorio. Altri, invece, pur possedendo ottime risorse culturali, paesaggistiche e storiche, soffrono per la mancanza di una maggiore promozione.

Il turismo è una risorsa che ha un'incidenza sul PIL molto notevole. Soprattutto in regioni come la Sicilia che hanno a disposizione una vasta gamma di offerte da proporre ai turisti, questo è anche una delle risorse fondamentali per il fabbisogno giornaliero. Infatti, essendo costituito da un complesso di beni e servizi offerti da una pluralità di soggetti tenuti insieme dal mercato, costituisce un motore di sviluppo economico piuttosto elevato.

Il modo in cui il turismo trasmette i propri benefici agli altri segmenti dell'economia è semplice: quando il turista spende il proprio denaro, per acquistare una serie di beni e servizi, innesta una reazione negli altri settori che produce dei benefici economici. I soggetti che operano nel mercato, per soddisfare la domanda, sono obbligati a reperire dai propri fornitori tutti i beni e servizi di cui un turista ha bisogno e per rendere la propria offerta la migliore possibile. Quindi la spesa iniziale, cioè quella del turista, produce un effetto moltiplicatore all'economia locale in primo luogo, a quella regionale e anche a quella nazionale. Secondo studi realizzati in Norvegia e in Francia, ad ogni importo speso in hotel è da aggiungere un giro di acquisti sul territorio 2-3 volte superiori.

La spesa turistica, quindi, produce due tipi di benefici: quelli *diretti*, cioè sui soggetti che operano nel comparto turistico (hotel, ristoranti, bar, ecc); quelli *indiretti*, cioè sui settori economici esterni a quello turistico, quali l'agricoltura, le costruzioni, i trasporti l'artigianato, che vengono coinvolti nel momento in cui gli operatori devono approvvigionarsi per ricostituire l'offerta.

L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE/OECD) ha stimato che per ogni 150.000 euro di fatturato generato, il turismo è capace di creare 5-6 nuovi posti di lavoro, principalmente in hotel e ristoranti.

Lo stesso ragionamento si può estendere per l'attrazione esercitata dai prodotti culturali, come sono un museo, un monumento, uno scavo archeologico, un evento e una città d'arte. Anzi, considerando la maggiore propensione alla spesa del turista culturale, il suo contributo alla spesa locale (che è sia economica che socio-culturale) è tanto più significativo.

Come nel caso precedente si deve operare una distinzione tra *impatto diretto* e *impatto indiretto*. Il primo è legato alla semplice presenza del bene culturale, il quale per essere disponibile al pubblico ha bisogno di una organizzazione e di personale (tecnico, scientifico, amministrativo, ecc.), il quale riceverà in cambio stipendi e salari. In questo modo si crea nuova occupazione e quindi nuova ricchezza.

Accanto a tutto ciò vi sono altre professionalità ed altre attività che, operando dall'esterno, agiscono indirettamente per il bene culturale come possono essere:

laboratori e imprese di manutenzione e restauro, società di pulizie, studi professionali.

Considerando poi i servizi aggiuntivi, quali bar, ristoranti, librerie e attività di merchandising, si è ulteriormente ampliato la sfera dell'impatto indiretto, con conseguenze positive sull'economia locale. Se a tutto questo si dovessero aggiungere pernottamenti e shopping, l'effetto dell'impatto indiretto aumenterebbe ancora, con ulteriori benefici anche per lo Stato che si avvantaggerebbe di nuove entrate tributarie come conseguenza del maggior volume di attività.

Nel primo capitolo mi accingerò ad analizzare il progetto del Paese Albergo nelle sue peculiarità. In particolare esaminerò, partendo dalla sua storia, il suo impatto nell'economia locale e regionale, analizzando i punti di intervento e il piano operativo del progetto stesso. Il primo capitolo continua evidenziando le differenze tra il modello oggetto del mio studio e l'Albergo Diffuso, una forma di turismo relazionale simile. Concludo il capitolo esaminando le possibili applicazioni che può avere il progetto, focalizzando l'interesse su una tipologia effettivamente realizzata.

Nel secondo capitolo analizzerò i costi di realizzazione degli interventi da effettuare nel territorio per la creazione o per la ristrutturazione degli edifici, le risorse finanziarie necessarie per la realizzazione del progetto; esaminerò gli impatti economici, le prospettive occupazionali e la ricerca dei finanziamenti. Il capitolo si conclude con la redazione del piano finanziario.

Con il terzo capitolo procedo all'analisi specifica delle diverse strutture ricettive che concorrono alla realizzazione del progetto in esame. Concludo l'elaborato fornendo le previsioni di investimento e di sviluppo economico di una delle strutture tipiche, analizzando nello specifico le previsioni di fatturato, quelle dei costi fissi e variabili e la stima degli investimenti.

CAP. 1: IL MODELLO PAESE ALBERGO

1. STORIA E DEFINIZIONE

1.1 STORIA DEL PAESE ALBERGO

Le prime esperienze nascono nel 1995 in Basilicata, come forme di ricettività inserite nei centri storici, strutture varie collegate tra loro che vanno a costituire un villaggio ospitale, seppure non necessariamente basato su strutture collegate tra loro e con gestione unitaria.

La caratteristica è soprattutto quella di trasformare un borgo in luogo di ospitalità che in maniera comunitaria cerca di rendere fruibile quelle che sono le risorse tradizionali: dai prodotti alimentari agli eventi, dai balli alle tradizioni più antiche. Si tratta di forme di ospitalità diffusa che in un determinato perimetro diffuso si trasformano in villaggi turistici, caratterizzati da diverse forme di ricettività, dal bed and breakfast agli affittacamere, alle seconde case.

Il Paese Albergo può avere un booking centralizzato ma, a differenza degli alberghi diffusi, le caratteristiche di gestione e degli stessi servizi offerti sono diversi. Il Paese albergo tende ad essere considerato un metodo di gestione di un intero centro storico e dunque sperimenta molto di più gli aspetti del marketing territoriale, considerando la stessa realizzazione di un Borgo albergo, un elemento di attrazione e suggestione per il turista.

Una differenza netta con l'Albergo diffuso che, come vedremo, è da considerarsi come una nuova tipologia di struttura ricettiva, un diverso tipo di albergo.

Intorno al 1999 la formula del "paese albergo" si diffonde, comparando in piani e progetti, sostenuti per lo più dalla Unione Europea, di varie province e aree territoriali della provincia di Macerata, della Locride in Calabria, del Vulture-Alto Bradano e del Parco di Gallipoli, Cognato in Basilicata, della Val di Vara in Liguria, nelle province di Trapani e Palermo, nei monti del Trasimeno, sul Monte Amiata (versante grossetano) nell'Alta Via dei monti liguri.

Complessivamente circa 200 comuni partecipano alle diverse modalità organizzative di messa a sistema, da punti di vista promozionali e/o gestionali e/o amministrativi.

Nel 2000 mentre alcune iniziative promosse nel decennio precedente dagli enti locali sembrano arenarsi o ridursi solo ad alcuni centri effettivamente capaci di sostenibilità turistica, l'asse dell'iniziativa si sposta decisamente dalle amministrazioni pubbliche e dalle cooperative ai consorzi d'impresе, mentre nuovi singoli centri urbani di diverse dimensioni si propongono con un ruolo guida e di riferimento.

Tra le altre esperienze di Paese albergo ricordiamo quelle intraprese dai comuni di Casalıncontrada, Roccamontepiano, Bucchianico e Serramonacesca in provincia di Chieti, le Case albergo della Provincia di Ragusa ed in particolare di Scicli, e l'esperienza della Comunità Montana di Urbania nelle Marche. In Basilicata si trova l'esperimento ancora iniziale di Paese albergo nelle "Dolomiti Lucane". Altre esperienze si trovano in Calabria come quella di Riace, con la gestione di case vuote o abbandonate nella logica del Borgo albergo, e in Campania con l'ospitalità diffusa di Giffoni Sei Casali, e il suo piccolo borgo "Sieti paese-albergo"¹.

Nel PIT di Melandro, sempre in Basilicata, il Paese Albergo è definito come un insieme di "microstrutture ricettive, svincolate da parametri numerici e da vincoli legislativi troppo stringenti, più vicine al concetto di Bed and Breakfast che non a quello dell'ospitalità alberghiera vera e propria".

Un'altra definizione recente di Paese Albergo si trova nel Piano turistico regionale 2001-2003 della Basilicata, dove si legge che i Paesi Albergo "costituiscono modalità di riequilibrio tra aree interne della regione e una forma per incoraggiare consumi interni più importanti, con un prodotto appetibile che sia "dentro" la regione e non fuori. Un borgo che coltiva l'arte della ospitalità, che si organizza e si impegna in modo "comunitario" e consapevole a sfruttare anche le sue risorse più semplici (come certi prodotti alimentari di nicchia, come certe atmosfere tradizionali ancora rimaste vive, come certe feste rurali e religiose), diventa oggetto di "acquisto" non sporadicamente e casualmente, attraverso l'uso di tecniche di promozione meno artigianali e soprattutto più coordinate con altri comuni dell'area e altri "borghi", nel contesto di "area prodotto e di sito".

¹ Cfr. www.sitvalloiddiano.it, *Patrimonio edilizio e marketing territoriale: dall'ospitalità diffusa al work village*, al paragrafo Borgo Albergo pp. 15- 17 (2007).

La proposta dei “paesi albergo“ esposta alla Conferenza Internazionale di Cracovia, organizzata dalla Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) nel 1998, aveva avuto un’eco importante in paesi come la Polonia, la Romania (Transilvania), l’Ungheria, dove una grande tradizione di “villaggi rurali” tradizionali sembrava non avere alcuna chance turistica; e la soluzione, anche solo sotto il profilo pubblicitario o dell’immagine di marca, di “borgo-albergo” e/o di “bed & breakfast” trasforma immediatamente l’angolo di visuale, e distribuisce ruoli e significati a persone, edifici, oggetti”².

1.2 STORIA DEL PAESE ALBERGO IN SICILIA

L’idea del Paese Albergo nasce dall’iniziativa dell’Amministrazione Provinciale di Palermo verso la metà degli anni 70, la quale aveva come obiettivo quello di sviluppare una ricettività extralberghiera diffusa, sia in campagna che nei piccoli paesi della provincia, e con la finalità di restituire valore economico all’edilizia abitativa della provincia palermitana.

L’Amministrazione quindi aveva l’intenzione di concedere dei contributi a tutti coloro che, avendo una seconda casa poco utilizzata o una casa grande, si impegnavano ad ospitare, dietro un corrispettivo, turisti.

Il problema di fondo che aveva questa idea era che mancava un’offerta complessiva; questa era lasciata all’iniziativa dei singoli che quindi si occupavano di cercare sul mercato possibili clienti e di gestire la loro permanenza. Non fu quindi possibile sviluppare una sistema a rete che avrebbe permesso di creare un’offerta ben organizzata e gestita con un metodo imprenditoriale.

Nei primi anni 80, con il contributo della Camera di Commercio di Ragusa, fu messo a punto un modello di Paese Albergo nel territorio di Marina di Modica.

Questo progetto venne accolto in maniera favorevole da circa 150 proprietari di seconde case supportato da circa 600 posti letto in ville, ma non si riuscì a completare il

² Cfr. www.fidapasardegna.com, Seminario “Sviluppo turistico e ambiente”, al paragrafo Il Borgo Albergo, pag. 13 (2005).

progetto per la mancata collaborazione dell'Amministrazione comunale, la quale doveva mettere a disposizione la gestione degli impianti sportivi, delle spiagge e degli eventi del paese, necessari alla funzionalità del progetto stesso.

Quindi si era passati dall'idea dei contributi ai proprietari delle seconde case all'idea del villaggio turistico senza recinti, in cui ogni attività doveva essere coordinata dalla cooperativa locale che si proponeva come gestore dell'iniziativa.

Dai primi anni 8 fino alla metà degli anni 90, quest'idea cade nel dimenticatoio, fino a quando l'Amministrazione provinciale di Palermo non riprende l'idea dei contributi ai cittadini che volessero intraprendere l'attività di affittacamere.

Nasce così nel 1997 l'associazione Paese Albergo (Associazione Siciliana Paese Albergo - A.Si.Pa) che si proponeva di tutelare i soggetti interessati, nella quale entrarono a far parte anche degli esperti di marketing turistico ed altri professionisti.

L'associazione ha promosso degli interventi che hanno portato all'emanazione delle normative sul B&B ed ha quindi deciso di concentrare la propria azione sull'affermazione di due concetti basilari per lo sviluppo del progetto:

1. la diffusione della cultura dell'ospitalità familiare, di strutture di accoglienza ed ospitalità a gestione familiare e la realizzazione, come sistema, di un'offerta qualificata di ospitalità familiare;
2. il territorio luogo centrale dell'offerta turistica, ovvero ricordare ai tanti che il prodotto turistico non è costituito dalle strutture dell'offerta che vi insistono, ma dal territorio stesso, nel quale le strutture ricettive dell'accoglienza e dell'ospitalità costituiscono gli strumenti di fruizione in una logica di sostenibilità³.

2. IMPATTO DEL PROGETTO NELL'ECONOMIA

L'Italia è sede di grandi città ma anche di migliaia di piccoli borghi posti sulle cime di monti, immersi nel verde delle pianure o a picco sul mare. Purtroppo, nonostante la bellezza dei paesaggi, i piccoli centri sono esposti a degrado e abbandono, finendo per

³ Cfr. *Motris, Microcentralità relazionali nel Mediterraneo, Una ricerca per la mappatura dell'offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*. A cura di Gulotta, Naselli e Ferdinando Trapani, pp. 266- 267, Ed. Gulotta 2006.

essere abitati solo da persone anziane, attaccate al loro luogo d'origine e al loro passato.

L'obiettivo principale del progetto di Paese Albergo è quello di promuovere e valorizzare questi piccoli centri rurali, cercando di dare nuovamente quell'immagine di vitalità che si presentava prima delle grandi emigrazioni verso la città, mirando a realizzare un sistema di ricettività turistica diffusa di qualità, mediante la ristrutturazione, riqualificazione e l'adattamento di camere e case da destinare alla ricettività, in un contesto, quello del borgo, dove i turisti attraverso enti pubblici, consorzi di imprese, associazioni culturali possono usufruire delle strutture e di una serie di servizi o tipicità del luogo, da quelle artigianali a quelle enogastronomiche.

Il progetto Paese Albergo è quindi basato su un modello di sviluppo privo di recinti e basato sul desiderio di conoscenza che permette una reale distribuzione della ricchezza generata dai nuovi flussi turistici.

Tutto ciò passa dal concetto di "albergo" e di "ricettività".

Bisognerà saper accogliere ed alloggiare i viaggiatori secondo standard qualitativi validi, anche se le camere non saranno più al terzo o quarto piano ma distribuite tra le vie e le abitazioni del paese; sarà un luogo dove non ci sarà più un ristorante che funzioni ad orari prestabiliti, ma dieci trattorie con cento tavoli imbanditi nei luoghi e negli spazi più accoglienti e più desiderati, dove poter gustare le specialità del luogo prodotte e preparate da gente del luogo; un luogo dove gli anziani del paese potranno trasferire ai giovani cultura e tradizioni per entrare a far parte di una realtà che li ha saputi affascinare ed attrarre.

Questo progetto si prefigge di poter contribuire allo sviluppo territoriale attraverso la creazione e l'utilizzo di un prodotto turistico che abbia tutti i connotati di valenza economica, organizzato come un prodotto integrato e collegato con le reti di commercializzazione (adv e tour operator) e di assistenza (uffici pubblici preposti al turismo).

Tutto ciò contribuirà allo sviluppo economico e ad un aumento dell'occupazione,

ma anche allo sfruttamento dei beni culturali e naturalistici e al riassetto del territorio⁴.

La caratteristica è soprattutto quella di trasformare un borgo in luogo di ospitalità che in maniera comunitaria cerca di rendere fruibile quelle che sono le risorse tradizionali dai prodotti alimentari agli eventi, dai balli alle tradizioni più antiche. Si tratta di forme di ospitalità diffusa che in un determinato perimetro diffuso si trasformano in villaggi turistici, caratterizzati da diverse forme di ricettività, dal bed and breakfast agli affittacamere alle seconde case. Il Paese albergo tende ad essere considerato un metodo di gestione di un intero centro storico, infatti può avere un booking centralizzato, e dunque sperimenta gli aspetti del marketing territoriale, considerando la stessa realizzazione di un Paese albergo, un elemento di attrazione e suggestione per il turista.

La realizzazione di nuove strutture senza la costruzione di nuovi immobili, bensì la rivalutazione degli stessi edifici già esistenti, quali Bed & Breakfast e similari, migliora così la qualità della vita del paese, promuovendo l'ambiente, le radici storico-culturali e naturali, ma soprattutto promuovendo l'imprenditorialità, il miglioramento dei servizi e delle reti telematiche.

La costruzione di nuove strutture, infatti, provocherebbe un impatto ambientale indesiderabile, modificando l'assetto urbano attuale, mentre l'utilizzo dei palazzi e delle abitazioni esistenti porta con sé effetti benefici per la tutela e la salvaguardia del patrimonio architettonico- edilizio. E' una soluzione quindi adatta a piccoli paesi con centri storici d'interesse artistico ed architettonico che intendano tutelare le proprie specificità.

Queste opere realizzate all'interno del paese prevedono, quindi, un processo di trasformazione a medio/lungo termine del paese in un centro turistico di qualità capace di coinvolgere le realtà locali.

Per ottenere come risultato un turismo pianificato e sostenibile, occorre un

⁴Cfr. *Motris, Microcentralità relazionali nel Mediterraneo, Una ricerca per la mappatura dell'offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*. A cura di Gulotta, Naselli e Ferdinando Trapani, pag. 268, Ed. Gulotta 2006.

coinvolgimento totale da parte dei soggetti presenti sul territorio. Infatti, è un progetto realizzabile attraverso un dialogo continuo, una attenta pianificazione e concertazione tra pubblico e privato, tra capacità imprenditoriale e volontà del decisore politico.

E appunto i residenti assumono un ruolo fondamentale in quest'idea. In particolare a chi cerca nuovi sbocchi imprenditoriali, a chi, avendo una seconda casa o qualche camera spesso inutilizzata, voglia trasformarla in fonte di reddito, alle casalinghe in grado di preparare piatti tipici locali, ai giovani disposti a guidare i turisti negli itinerari proposti ed a favorirne la loro completa integrazione con gli usi e costumi del paese ospitante, a coloro che volessero organizzare corsi per l'insegnamento della nostra lingua, di mestieri artigianali e delle nostre tradizioni culinarie, a coloro che producono e vendono prodotti alimentari e artigianali tipici, a chiunque, insomma, volesse attivarsi nell'offerta di beni e servizi destinati a soddisfare le esigenze dei turisti.

L'esperimento del Paese albergo si lega spesso a sistemi di rete che coinvolgono borghi interi o strutture ricettive diffuse sul territorio, interconnesse tra loro dall'individuazione di un'area specifica o dalla gestione unica di un soggetto economico, per lo più consorzi di imprese, oppure, quando si tratta di una rete a più ampio respiro, da tematiche di carattere tradizionale per la valorizzazione di un prodotto enogastronomico e/o artigianale. Esistono anche esperimenti di rete di ospitalità diffusa che si organizzano periodicamente o stagionalmente sulla base di eventi o festival che diventano la principale forma di attrazione per il territorio.

2.1 TIPOLOGIA DELLE RESIDENZE

Uno degli aspetti interessanti del progetto è l'utilizzo di immobili ricadenti nel centro storico a fine turistici. Le residenze vengono selezionate con criteri tecnici ed estetici che appartengono ad una metodologia ormai consolidata che considera i seguenti elementi:

1. Superficie: min. 45 mq e max. 85 mq
2. Tipologie ricettive
 - a) Tipologia D1 - con 2 posti letto (estendibile a 3)

b) Tipologia D2 - con 4 posti letto (estendibile a 5)

c) Tipologia D3 - con 6 posti letto (e anche oltre)

3. Classi delle residenze

- quelle che dispongono di elementi eclatanti e suggestivi (piscina, giardino, ottima prospettiva paesaggistica, presenza di forti elementi architettonici ed artistici). Tali elementi, secondo i casi, possono non essere presenti contemporaneamente;

- quelle che hanno la presenza di almeno uno degli elementi delle residenze di cui sopra;

- quelle che hanno caratteristiche normali e prive degli elementi di cui sopra.

4. Gli arredi: ogni residenza viene dotata in modo specifico e diverso dalle altre. Ogni residenza quindi ha un proprio progetto di arredo.

5. L'acquisizione del Marchio comunitario: nella progettazione e nella realizzazione delle residenze si tiene in debito conto di tutti i parametri previsti dalla decisione CE 14.04.2003 (C(2003)235) al fine di assicurare strutture ad alta prestazione ecologica.

Il modello "Paese Albergo" si prefigge, quindi, i seguenti scopi:

a) far conoscere il patrimonio artistico, artigianale rurale, enogastronomico naturale del territorio locale;

b) incentivare il flusso turistico in entrata attraverso la promozione di forme di accoglienza extra- alberghiera;

c) promuovere e valorizzare l'attività e l'offerta ricettiva dei soci;

d) migliorare le caratteristiche qualitative dell'offerta turistica attraverso la produzione e l'uso di marchi identificativi tendenti a distinguere e qualificare le strutture associate;

e) promuovere l'adeguamento di abitazioni ai requisiti richiesti dalle rispettive leggi regionali per l'esercizio della suddetta attività:

f) la promozione attiva attraverso canali di comunicazione specializzati con operatori turistici italiani e stranieri;

g) il collegamento con altre Associazioni o operatori del settore turistico ai fini di una più diversificata offerta ricettiva;

- h) curare l'inserimento delle strutture esercenti attività di "Bed & Breakfast" sulle pubblicazioni, depliant ed altro materiale propagandistico e promozionale stampato da altre Associazioni, Società ed Enti pubblici e privati ed editare e diffondere riviste, guide turistiche, opuscoli, prontuari, cataloghi;
- i) elaborazione di itinerari turistici per la promozione e la valorizzazione dei beni culturali ed ambientali del territorio;
- j) organizzazione dell'attività formativa in merito ai percorsi atti alla creazione di operatori del settore in materia di ricettività extra- alberghiera sopra descritta.

3. PIANO OPERATIVO

Nella realizzazione del Paese Albergo bisogna ovviamente considerare tutti i possibili aspetti problematici che comporta un progetto del genere. Mi riferisco alle problematiche urbanistiche e a quelle burocratiche ed operative, che sorgono durante la realizzazione degli interventi pubblici e che potrebbero creare delle difficoltà di funzionamento e potrebbero ritardare il raggiungimento del progetto stesso.

Infatti il Paese Albergo non potrà essere attivato contemporaneamente in tutte le sue componenti, ma si andrà sviluppando con una visione progettuale e per lotti funzionali⁵.

Nel raggiungere l'obiettivo di creazione del Paese Albergo è necessario intraprendere le seguenti Azioni:

A.1: Qualificazione del partenariato pubblico-privato

A.2: Adeguamento delle strutture ricettive esistenti

A.3: Azioni relative all'infrastrutturazione e all'innalzamento della qualità del Paese Albergo

A.4: Marketing territoriale

A.5: Azioni Formative Locali

⁵ Cfr. *Motris, Microcentralità relazionali nel Mediterraneo, Una ricerca per la mappatura dell'offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*. A cura di Gulotta, Naselli e Ferdinando Trapani, pag. 269, Ed. Gulotta 2006.

A.6: Messa in rete del progetto e assistenza tecnica

L'azione 1 raggiungerà il suo obiettivo se, per tutta la durata del progetto, sarà adottato un sistema efficace ed efficiente. Con quest'azione si prepara il territorio a sviluppare un turismo innovativo. Il paese albergo, infatti, necessita di una forte consapevolezza da parte di tutti i soggetti partecipanti per potersi sviluppare in maniera coordinata.

L'azione 2, insieme all'Azione 3, costituiscono gli interventi sul territorio che devono essere adeguati alle vigenti normative relative alla sicurezza, all'aggiornamento tecnologico e volti ad innalzare lo standard qualitativo del Paese Albergo.

L'Azione 4 comprende quel complesso di attività che hanno quale specifica finalità la definizione di progetti, programmi e strategie volte a garantire lo sviluppo di un comprensorio territoriale nel lungo periodo. Il marketing territoriale si pone quindi il preciso obiettivo di definire e guidare il rilancio e lo sviluppo dei comprensori territoriali in funzione delle specifiche caratteristiche ed esigenze producendo la più stretta simbiosi tra i potenziali ed i mercati. Le attività legate allo sviluppo del marketing territoriale sono interpretate quale "semplice" azione destinata alla definizione e sviluppo delle attività di promozione confondendo appunto il marketing, quale definita attività di pianificazione e programmazione strategica, con quella di promozione.

L'azione 5 è relativa alla gestione e alla governance del modello Paese Albergo, poichè per ottimizzare e dare continuità al progetto è necessaria la formazione e la creazione di nuove professionalità in grado di gestire il sistema.

L'Azione 6 avrà l'obiettivo di creare la rete tra questi nuovi soggetti territoriali al fine di ottimizzare le risorse e creare il sistema del Paese Albergo su tutto il territorio regionale⁶.

Pertanto, il piano di lavoro inizierà con un'*analisi dell'esistente*, sia in termini di disponibilità di alloggi, sia delle caratteristiche dei servizi e di quelle urbanistiche e del territorio. Si realizzerà un *piano programma* che preveda le fasi di attuazione,

⁶ Cfr. *Paesi Albergo e Botteghe di Sicilia*, a cura di Associazione Siciliana Paese Albergo (A.Si.P.A.).

identificando interventi, priorità e tipologia definitiva da raggiungere.

Potrà, così essere formulato un *documento d'identificazione dei fruitori e delle attività* da svolgere e/o insediare che tenga conto di tutte le componenti del marketing turistico applicato. Tutto ciò permetterà di organizzare *la struttura per la gestione dell'intero sistema* e vedrà la partecipazione sia dei proprietari che degli operatori che forniscono i servizi.

Questa struttura di gestione ricoprirà, all'interno del progetto, un ruolo importante sia sotto gli aspetti strategici che logistici, perchè dovrà curare il funzionamento dei servizi.

In attesa che siano determinate le condizioni per una effettiva fruibilità di un buon numero di alloggi, l'opzione più funzionale ipotizza la realizzazione di un *Centro promozionale territoriale*, che permetterà di ridurre e minimizzare gli svantaggi derivanti da una fase di avviamento e di collaudare il sistema⁷.

3.1 PROMOZIONE DEL TERRITORIO E INCREMENTO DELLE PRESENZE

Il progetto si adatta in modo funzionale all'azione di valorizzazione dei centri urbani con il reperimento di posti letto da commercializzare per mezzo del recupero di siti.

Massimo impegno dovrà essere dedicato alla realizzazione di un'identità di offerta turistica per ogni singola area che, nel rispetto della varietà socioculturale e ambientale delle singole realtà, permetta l'elaborazione di un prodotto turistico fortemente caratterizzato e altamente competitivo oltre a garantire l'organizzazione e la gestione dei luoghi di accoglienza dei turisti.

Il *Centro di Promozione Territoriale* diventerà un luogo di incontro tra:

- operatori privati interessati al turismo, sia direttamente che indirettamente;
- amministratori pubblici;

⁷ Cfr. *Motris, Microcentralità relazionali nel Mediterraneo, Una ricerca per la mappatura dell'offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*. A cura di Gulotta, Naselli e Ferdinando Trapani, pag. 270, Ed. Gulotta 2006.

- cittadini;

permettendo agli amministratori pubblici di svolgere un compito istituzionale, che si esplica nel determinare le sorti turistiche delle località, e ai cittadini stessi di trarre vantaggio economico (diretto ed indiretto) dalle attività di turismo.

Studi economici ed econometrici hanno evidenziato il valore aggiunto che si attribuisce al territorio nel quale viene posto in essere il turismo, a condizione che tale territorio sia tutelato ed attrezzato allo scopo.

Gli svantaggi possibili potrebbero essere gravi:

- distruzione del territorio (speculazione edilizia, abusivismo, inquinamento, degrado dei centri storici, emarginazione, ecc...)
- rapido consumo della destinazione e conseguente passaggio al mercato secondario o post-turistico.

E' per evitare questo tipo di rischi e poter offrire un prodotto turistico organicamente confezionato, che dovrà essere fatto un notevole lavoro nei confronti degli interlocutori interni:

- operatori
- amministratori
- cittadini

che degli interlocutori esterni:

- mercati e bacini di utenza
- tour operator, agenzie di viaggio, ecc...
- destinazioni concorrenti.

3.2 PUNTI D'INTERVENTO/ARTICOLAZIONE

1. azione di monitoraggio, ricerca e raccolta dati su quanto di esistente è utile ai fini dello sviluppo turistico;
2. azioni d'informazione dedicata agli operatori (proprietari) al fine di garantire la qualità dell'offerta;
3. azioni formative sulla cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza;
4. istituzione del Comitato per la promozione del Paese Albergo;

5. organizzazione della promozione e commercializzazione del prodotto;
6. organizzazione del servizio prenotazione;
7. il Centro di Promozione Territoriale: Paese Albergo.

Il Centro di Promozione Territoriale funzionerà come luogo di coordinamento e raccolta per il Marketing Territoriale, la promocommercializzazione, la qualità. Inoltre lavorerà come struttura di coordinamento per la fornitura dei seguenti servizi turistici:

- servizi alle strutture di intermediazione turistica. Tale attività servirà ad elaborare "pacchetti turistici" del tipo "semi lavorato" da offrire ai tour operator, alle agenzie di viaggio al fine di agevolare il loro lavoro di programmazione, senza tuttavia arrivare alla definizione di pacchetti chiusi: ciò per consentire ad ognuno di far fronte alle più disparate richieste di organizzazione del prodotto che possono venire da parte dei mercati. A queste strutture il Centro di Promozione Paese Albergo potrà offrire anche servizi di guide, accompagnatori. pacchetti speciali per manifestazioni, utilizzando ogni utile sistema di direct marketing. Saranno inoltre elaborati itinerari turistici rivolti a segmenti di mercato mirati: geologici, archeologici, religiosi. naturalistici, ecc.
- attività di monitoraggio. Il Centro potrà essere utilizzato come terminale dell'azione di monitoraggio e verifica⁸.

3.3 LA RETE DIFFUSA

Una volta avviate tutte le procedure tecniche, operative ed amministrative proprie del progetto, a completamento dell'opera occorre sviluppare una rete diffusa che trova la sua forza e la sua caratterizzazione nell'alleanza di tipicità, di sistemi ecoturistici, di offerte tematiche che permettano da un lato di creare un brand unico, dall'altro di strutturare itinerari turistici e pacchetti unici, in grado di valorizzare territori che altrimenti avrebbero poca competitività sul mercato.

⁸ Cfr. *Motris, Microcentralità relazionali nel Mediterraneo, Una ricerca per la mappatura dell'offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*. A cura di Gulotta, Naselli e Ferdinando Trapani, pp270- 272, Ed. Gulotta 2006.

Tale rete permette, inoltre, di ottenere un sistema di gestione e di organizzazione dell'offerta turistica e della sua promo commercializzazione che, grazie all'alleanza, garantisce standard di qualità, scambio di know how, coerenza dell'offerta e dell'immagine, possibilità di prolungamento dei pacchetti.

In termini economici, l'alleanza rende possibile lo start up e la successiva gestione delle iniziative promosse da piccoli borghi o da singole strutture ricettive inserite in contesti ecosostenibili di eccellenza che altrimenti non potrebbero sostenere i costi e la competizione di mercato in un corretto circuito turistico.

Il concetto e le caratteristiche delle reti diffuse dunque variano a seconda dell'elemento di connessione tra gli elementi della rete stessa. Si va da un legame basato sulla gestione di piccoli borghi con immobili e servizi strutturati secondo uno stile lineare, ad una gestione unica di tante strutture, non necessariamente inserite in centri storici ben codificati, ma sparse in aree protette o in zone economicamente organizzate sulla base di filiere. La connessione ancora può essere rappresentata da un tematismo, per il quale l'unicità, per esempio, diventa il prodotto⁹.

Tra i vantaggi che il presente progetto porterà, si evidenzia quindi, una sostenibilità economico-finanziaria dell'intervento; infatti, un progetto del genere, portato avanti da solo o comunque senza un'adeguata promozione risulterebbe "debole" da un punto di vista di gestione economico-finanziaria, ed i costi della gestione burocratica della stessa sarebbero certamente superiori ai probabili incassi.

Inoltre, la piccola dimensione e la gestione familiare delle case albergo, non consentirebbero di poter programmare alcun tipo di attività promozionale dell'abitazione ristrutturata. Grazie alla rete diffusa, invece, i proprietari delle case possono sfruttare la sua potenza organizzativa e promozionale presentando sul mercato un modello innovativo di ricettività diffusa. Ciò permetterà a questi di ricavare le risorse finanziarie necessarie per continuare la propria attività anche e oltre la durata del progetto senza l'aiuto delle risorse pubbliche.

⁹ Cfr. www.sitvalloidiario.it, *Patrimonio edilizio e marketing territoriale: dall'ospitalità diffusa al work village*, al paragrafo Borgo Albergo pp. 20- 21 (2007).

3.4 ANALISI SWOT PAESE ALBERGO

PUNTI DI FORZA:	PUNTI DI DEBOLEZZA:
1. Specificità locali già in parte valorizzate come componente fondamentale della domanda turistica;	1. Stato di relativo abbandono di ampi segmenti del patrimonio storico-culturale e dei centri storici, soprattutto nelle aree interne;
2. Elevato valore in termini di ricchezza biologica, faunistica;	2. Scarsa dotazione di servizi per la fruizione dei beni culturali e dei servizi esistenti;
3. Disponibilità di risorse (beni culturali, storici ed archeologici e aree naturali) di grande rilievo diffuse su tutto il territorio regionale;	3. Mancanza di coordinamento e di integrazione tra gli interventi già realizzati;
4. Moltiplicazione di iniziative culturali anche di respiro internazionale e in partenariato;	4. Inadeguata valorizzazione dei beni culturali in chiave turistica;
5. Presenza di prodotti artigianali ed agroalimentari di qualità;	5. Inadeguata risposta della PA rispetto allo sviluppo di politiche innovative nella gestione dei beni culturali;
6. Dinamicità del settore turistico;	6. Necessità di potenziare e valorizzare i servizi di base;
7. Ampliamento della ricettività turistica;	7. Carezza di risorse finanziarie e di strumenti per le ristrutturazioni;
8. Attività di recupero di beni storico-culturali già iniziata nei centri urbani;	8. Difficoltà di accesso al credito per le PMI;
9. Crescente impiego delle tecnologie dell'informazione a supporto dei processi di sviluppo di internazionalizzazione e di turismo;	9. Persistente mancanza di un adeguato livello di stagionalizzazione dei flussi turistici;
10. Presenza di rilevanti fattori di attrattività turistica sul territorio regionale.	10. Insoddisfacente livello della fruibilità turistica di alcuni beni culturali.
OPPORTUNITA':	MINACCE:
1. Integrazione risorse-località come componente strategica;	1. Stato eccessivamente degradato dei beni immobili in disuso;
2. Effetto moltiplicatore sull'economia locale tramite nuovi posti di lavoro e attrazione di turisti;	2. Perdita di sensibilizzazione per le politiche ambientali;
3. Crescita della domanda nazionale ed estera rivolta alla scoperta di culture e	3. Degrado e perdita di porzioni del patrimonio ambientale e culturale;

tradizioni locali e dei prodotti tipici da valorizzare come possibili attrattori turistici;	
4. Potenziamento della ricettività con basso impatto ambientale;	4. Forte pressione competitiva dei paesi mediterranei nel settore turistico e agricolo;
5. Potenziamento della ricettività con basso impatto ambientale;	5. Difficoltà nell'individuazione degli immobili che possano ospitare i servizi comuni e altre infrastrutture;
5. Riutilizzo di strutture presenti sul territorio altrimenti lasciate in disuso;	6. Eventuali resistenze culturali alla messa a disposizione degli immobili;
6. Valorizzazione di caratteristiche tipiche della popolazione locale;	7. Difficoltà amministrative legate alla delega e/o organizzazione della gestione di ciascun albergo e/o della rete di alberghi.
7. Individuazione di nuove professionalità per combattere la disoccupazione e l'abbandono dei centri minori;	
8. Crescita sostenuta della domanda di prodotti agroalimentari ed artigianali di qualità;	
9. Maggior attenzione alla sostenibilità ambientale dei prodotti e dei processi produttivi;	
10. Crescita a livello internazionale del turismo culturale;	

Quest'analisi è stata sviluppata ulteriormente facendo incontrare i punti di forza e di debolezza con le opportunità e i rischi cercando in particolare di:

- sviluppare nuove metodologie per sfruttare i punti di forza;
- eliminare le debolezze per attivare nuove opportunità;
- sfruttare i punti di forza per difendersi dalle minacce;
- individuare i piani di difesa per evitare che le minacce esterne acuiscano i punti di debolezza.

Dall'incontro dei diversi fattori possiamo sviluppare le Azioni del Progetto che mirano a migliorare l'offerta turistica regionale valorizzando le diverse componenti del territorio, dall'elemento ambientale (es. risparmio energetico) a quello culturale, per la

creazione e la promozione di un prodotto turistico specifico per ogni segmento del mercato interno ed internazionale seguendo i principi dello sviluppo sostenibile del territorio, in armonia con i principi fissati dal Consiglio di Lisbona e di Goteborg.

Si prevede di avviare iniziative di "Paese Albergo" attraverso l'erogazione di finanziamenti e/o servizi ai singoli beneficiari (privati) e mediante la realizzazione di opere pubbliche o l'acquisizione di beni e servizi della Pubblica Amministrazione (i Comuni) per la ristrutturazione e l'arredo delle abitazioni e/o di immobili di proprietà privata e pubblica, destinandoli a strutture ricettive, nonché per interventi di arredo urbano e infrastrutture strettamente collegate con l'intervento principale.

La gestione del Paese Albergo è affidata a soggetti costituiti a livello locale (cooperative, società consortili o altre forme societarie con la partecipazione dell'ente locale dove si attua l'intervento o mediante la semplice sottoscrizione dei protocolli d'intesa)¹⁰.

4. DIFFERENZE CON L'ALBERGO DIFFUSO

Le differenze sostanziali sono: nell'Albergo diffuso c'è un solo imprenditore che gestisce e quindi gli abitanti del villaggio, qualora dovessero aderire al progetto, devono sottostare alle decisioni relative alle manutenzioni e ristrutturazioni impartite dall'imprenditore; nel Paese Albergo, invece sono i proprietari delle case che decidono quali opere attuare nelle loro proprietà.

4.1 COSA E' L'ALBERGO DIFFUSO

In estrema sintesi si tratta di una proposta concepita per offrire agli ospiti l'esperienza di vita di un centro storico di una città o di un paese, potendo contare su tutti i servizi alberghieri, cioè su accoglienza, assistenza, ristorazione, spazi e servizi comuni per gli ospiti, alloggiando in case e camere che distano non oltre 200 metri dal "cuore" dell'albergo diffuso: lo stabile nel quale sono situati la reception, gli ambienti

¹⁰ Cfr. *Paesi Albergo e Botteghe di Sicilia*, a cura di Associazione Siciliana Paese Albergo (A.Si.P.A.).

comuni, l'area ristoro.

Ma l'AD è anche un modello di sviluppo del territorio che non crea impatto ambientale. Per dare vita ad un Albergo Diffuso infatti non è necessario costruire niente, dato che ci si limita a recuperare/ristrutturare e a mettere in rete quello che esiste già. Inoltre un AD funge da "presidio sociale" e anima i centri storici stimolando iniziative e coinvolgendo i produttori locali considerati come componente chiave dell'offerta. Un AD infatti, grazie all'autenticità della proposta, alla vicinanza delle strutture che lo compongono, e alla presenza di una comunità di residenti riesce a proporre più che un soggiorno, uno stile di vita. Proprio per questo un AD non può nascere in borghi abbandonati¹¹.

Di Albergo diffuso si incomincia a parlare dai primi anni '80 in Friuli, nel processo di ricostruzione del dopo terremoto, ma è dalla metà degli anni '90 che si registra un incremento nelle progettazioni di Albergo diffuso in termini di interventi pubblici e privati.

Un primo esempio è quello di San Leo, nel Montefeltro, viene ripresa in Sardegna, all'interno del Piano di Sviluppo del Marghine Planargia (1995), ed in particolare nella cittadina di Bosa. In alcune realtà il concetto di albergo diffuso viene interpretato semplicemente come messa a sistema di appartamenti o di affittacamere (Smerillo nelle Marche, Santo Stefano in Sessanio in Abruzzo, Martone e Riace nella Locride), mentre caratteristiche più tipicamente alberghiere si riscontrano nei progetti e negli alberghi diffusi friulani (Carnia e Valli Pordenonesi), e nel recente programma di incentivi per la realizzazione di un Albergo Diffuso, dell'Unione Camere di Commercio del Molise. Altre esperienze si registrano a Santulussurgiu, in Sardegna.

La regione con il maggior numero di Alberghi diffusi è il Molise, grazie al lavoro svolto dagli operatori del "Patto Territoriale del Matese", seguita dalle regioni Puglia e Sardegna supportate dal lavoro dei Gruppi d'Azione Locale ed infine la Calabria grazie al contributo di alcune Associazioni".

L'Albergo diffuso è attualmente una delle tipologie di ospitalità diffusa più

¹¹ Cfr. www.albergodiffuso.com.

osservata grazie alla nascita della Associazione nazionale degli Alberghi diffusi (Adi), che ha censito in totale 52 strutture ed una disponibilità di circa duemila camere, con una ventina di progetti in stato avanzato per nuovi alberghi diffusi. Sempre secondo l'Associazione sono attualmente 4 le Regioni che riconoscono e classificano l'albergo diffuso come modello distinto di ospitalità (Sardegna, Friuli Venezia Giulia, Marche, Umbria)¹².

Un Albergo diffuso è sostanzialmente due cose:

- un modello di ospitalità originale,
- un modello di sviluppo turistico del territorio¹³.

La definizione che si utilizza per gli alberghi diffusi, come rilevato da uno dei maggiori esperti in materia Gianfranco Dall'Ara docente di marketing turistico, prevede "una struttura ricettiva dislocata in più stabili vicini tra loro, con gestione unitaria in grado di offrire servizi alberghieri a tutti gli ospiti, e fa riferimento esplicito alla definizione di albergo contenuta nella ex Legge Quadro sul Turismo del 17 maggio 1983, n. 217 (*esercizio ricettivo aperto al pubblico, a gestione unitaria, che fornisce alloggio, eventualmente vitto ed altri servizi accessori, in camere ubicate in uno o più stabili o in parti di stabile*).

L'Albergo diffuso si costituisce di un punto centrale di accoglienza, dove vengono fornite le informazioni sul soggiorno nell'albergo, i servizi, e la storia del territorio, e della comunità che ospita. La reception inoltre fornisce tutti i servizi tradizionali di ospitalità previsti in una struttura extra alberghiera, dal ristorante, ad una sala relax ad una sala TV etc.

Le camere, gli appartamenti si trovano invece in edifici diversi, localizzate nel borgo ma non molto distanti dal punto di accoglienza.

A differenza degli alberghi tradizionali, l'albergo diffuso proprio in quanto tale si caratterizza come una struttura orizzontale e non verticale. Tale tipologia di attività

¹² Cfr. www.sitvalloidiario.it, *Patrimonio edilizio e marketing territoriale: dall'ospitalità diffusa al work village*, al paragrafo Borgo Albergo pp. 18- 19 (2007).

¹³ Cfr. www.albergodiffuso.com.

diffusa non va confusa con una sommatoria di case, collegate tra loro da utilizzare semplicemente come strutture ricettive, in quanto si tratta di strutture alberghiere, in linea con la normativa vigente, in cui i servizi alberghieri vengono garantiti agli ospiti anche se alloggiano in camere sparse in un centro abitato, ma vicine tra loro.

Sta qui la differenza con i Borghi alberghi, soprattutto nella distanza degli immobili ricettivi e nei servizi offerti ai turisti, oltre che una garantita vitalità del centro storico nel borgo, che deve avere una serie di servizi basilari per gli ospiti¹⁴.

Nel 2008 l'idea dell'albergo diffuso è stata premiata a Budapest in occasione del Convegno Helping new talents to grow come migliore pratica di crescita economica da trasferire nei paesi in sviluppo¹⁵.

5. LE APPLICAZIONI DEL PAESE ALBERGO: IL PROJECT VILLAGE

Il Project Village è un progetto di ricerca turistico-culturale, promosso da Erasmus Student Network Palermo in collaborazione con Erasmus Student Network Italia, di un ente territoriale attraverso il punto di vista dell'Europa.

Il Project Village è, infatti, un progetto che prevede un processo di trasformazione a medio/lungo termine di un paese in un village, simile nella sostanza, ma diametralmente opposto nella forma. Il paese, nel complesso delle sue caratteristiche strutturali, architettoniche e nelle sue proprietà storiche, antropologiche ed demologiche, percorrerà un iter di cambiamento verso un Village:

“Una comunità con forti valori espressi ma sopiti, i cui attori principali diverranno cittadini Europei d'Europa e trasformeranno il paese in village, come studiosi, fruitori e promotori di questi valori inespressi”.

5.1 OBIETTIVI

L'obiettivo è rivalutare il “sistema Sicilia” nel suo complesso, culturale, storico,

¹⁴ Cfr. www.sitvallodidiano.it, *Patrimonio edilizio e marketing territoriale: dall'ospitalità diffusa al work village*, al paragrafo Borgo Albergo pp. 17- 18 (2007).

¹⁵ Cfr. www.albergodiffuso.com.

paesaggistico e ludico attraverso il coinvolgimento di giovani europei.

Il Project Village si propone, infatti, di innovare il prodotto turistico del paese, affermando la propria identità e diversità culturale e valorizzando i prodotti e le risorse umane ed economiche locali, nella direzione della sostenibilità sociale, economica ed ambientale del turismo e della qualità ambientale del territorio.

Nella sua dinamicità gli elementi espressi dal Project Village:

- Sviluppo turistico sostenibile
- Promozione del territorio
- Integrazione sociale
- Miglioramento della qualità della vita

Lo *sviluppo turistico sostenibile* soddisfa i bisogni attuali dei turisti e del paese d'accoglienza, tutelando nello stesso momento e migliorando le prospettive per il futuro. Questo elemento si integra con la coordinazione di tutte le risorse in modo tale che le tutte le pretese sociali, estetiche ed economiche possano essere pienamente appagate, conservando nel contempo i processi ecologici essenziali, preservando l'integrità culturale, nella diversità biologica dei sistemi partecipanti.

Per un turismo pianificato e sostenibile occorre un'azione collettiva, che coinvolga tutti i soggetti presenti sul territorio, convogliandone energie e capacità, con un'attenta ripartizione dei compiti e delle responsabilità e rivolta verso una promozione contemporanea del territorio. La pianificazione turistica, e in primo luogo la proposizione e il marketing sviluppati analizzando il paese, servono proprio a creare quel posto (il Village), mettendo in luce l'unicità di una geografia, di una storia e delle tradizioni culturali che, in misura diversa, coesistono nella maggior parte delle comunità. Capire la consistenza e la qualità di queste e di altre risorse rappresenta i fondamenti di un piano di sviluppo dell'area che si intende proporre come destinazione turistica, un'area che diventa prodotto qualificato da immettere sul mercato del turismo. Le destinazioni turistiche di successo sono quelle che offrono al visitatore qualcosa di unico, in quanto creano un senso del luogo, un'identità diversa da quella dei loro concorrenti.

Il Project Village si propone come strumento di *integrazione sociale*, che attraverso

metodologie innovative di istruzione e formazione tende ad elevare il livello della qualità della vita e di attrattività dell'intera zona. L'integrazione è il processo attraverso il quale il sistema-village acquista e conserva un'unità strutturale e funzionale, pur mantenendo la differenziazione degli elementi. L'integrazione è anche il prodotto finale di tale processo, in termini di mantenimento dell'equilibrio interno del sistema e della cooperazione sociale.

Il progetto si fa promotore del miglioramento della qualità della vita, realizzato attraverso la promozione e la riscoperta delle radici storico-culturali, la promozione della società dei saperi, la valorizzazione dell'ambiente e dello spazio culturale e naturale, ma anche attraverso la promozione dell'imprenditorialità, dell'innovazione e del miglioramento dell'accessibilità ai servizi e alle reti telematiche.

5.2 FINALITA'

Tra le finalità di questo progetto rientrano anche:

- promozione del territorio siciliano;
- valorizzazione della cultura e della storia locale;
- integrazione e scambio culturale;
- internazionalizzazione e valorizzazione di particolari comunità territoriali;
- creazione di una nuova coscienza del “divertimento” intelligente;
- riscoperta dei prodotti e delle tradizioni locali;
- cooperazione con e sviluppo di piccole aziende d'eccellenza siciliane;
- garanzia di continuità nel tempo del percorso di rivalorizzazione del tessuto siciliano tutto;
- ottimizzazione delle potenzialità nascoste della regione Siciliana;
- aumento di servizi e garanzia di eccellenza degli stessi;
- aumento della qualità del turismo;
- apertura della Sicilia verso un contesto giovanile Europeo.

5.3 ESIGENZE ORGANIZZATIVE

Per dare concretezza al progetto, occorre che sussistano determinati presupposti:

1. Un paese/città interessato ad avere visibilità Europea;
2. Un Network organizzato ed operativo, rappresentato da Erasmus Student Network;
3. 2 Studenti Erasmus di ogni nazione europea che lavoreranno in Tandem: un giornalista e un fotografo;
4. Borse di Studio (per incentivare e “premiare” il lavoro dei partecipanti);
5. Un WORKING GROUP con competenze specifiche individuato all'interno dell'organizzazione.

5.4 MODALITA'

Verificati tali presupposti, il VILLAGE può strutturarsi nel seguente modo:

FASE 1:

Strutturazione di un WORKING GROUP, capace di lavorare alla realizzazione di una GUIDA informativo/turistica/culturale della località dove il VILLAGE verrà svolto. Questo WG vedrà al suo interno la presenza di studenti appartenenti al network italiano: grafici, giornalisti ma anche economisti e analisti e tutte quelle figure idonee a lavorare in team per la realizzazione dell'opera. Il WG lavorerà in stretta collaborazione con docenti dell'Università di Palermo, per fornire al prodotto un criterio di competenza e serietà garantiti da esperti del settore.

Il WG lavorerà alla raccolta di materiale informativo/promozionale e all'elaborazione dello stesso per la realizzazione della guida, che conterrà informazioni sulla location relative a:

1. storia;
2. monumenti e bellezze architettoniche;
3. tradizioni;
4. prodotti tipici;
5. strutture ricettive;
6. attività turistiche;
7. rete trasporti e collegamenti;

Il tutto verrà raccolto nella guida a titolo di informazioni GENERALI, sempre indirizzate all'attenzione di un pubblico giovane ed internazionale. La GUIDA verrà

pubblicata nei modi ritenuti più opportuni (WEB, supporti informatici, cartacei, ecc...) e sarà “donata” al soggetto promotore dell’iniziativa (comune ospitante).

FASE 2:

Verranno selezionati, attraverso i canali dell’associazione, alcuni TANDEM di lavoro, suddivisi per nazionalità, formati da un fotografo e da un giornalista. Tali tandem saranno coordinati e lavoreranno sotto la supervisione del WG e avranno il compito di studiare la guida. Alla fine di questa fase i tandem con il WG, con una conoscenza globale del territorio, saranno pronti al passaggio alla fase di realizzazione del reportage. Il reportage finale sarà il prodotto del lavoro giornalistico e fotografico dei tandem.

FASE 3:

Una 2 giorni di vita nel comune ospitante, dove i tandem ed il WG avranno modo di verificare le loro nozioni ed avere un’esperienza diretta a confronto col tessuto ospitante. I tandem “vivranno” il paese, che chiameremo ora “village” e, sulla base degli studi già effettuati realizzeranno i reportage. I reportage verranno condotti sulla base delle linee guida prefissate dal working group.

FASE 4:

Realizzazione di un reportage con le impressioni dirette dei partecipanti. Tali impressioni si tradurranno in consigli utili per i futuri viaggiatori che visiteranno il Comune ospitante. Inoltre ad ogni tandem verrà assegnato il compito di realizzare un “percorso turistico” ideale, secondo quelle che sono i loro interessi e gusti: avremo così le impressioni e i consigli diretti da francesi per francesi, da spagnoli per spagnoli, da tedeschi per tedeschi, ma soprattutto, da europei per europei.

L’insieme di tutti i reportage formeranno lo EU-WINDOWS, una finestra europea perfetta fusione della cultura nelle culture.

FASE 5:

Stesura e pubblicazione della EU-WINDOW (finestra europea), con cerimonia di premiazione per il miglior reportage. Il premio verrà assegnato da una giuria competente composta da promotrici dell’iniziativa. I diritti della EU-WINDOW saranno del WG realizzatore, ma verranno ceduti a titolo gratuito al Comune, che potrà disporre come meglio crede per promuovere il proprio territorio, attraverso l’associazione o meno,

senza però ledere i principi alla base dello Statuto di ESN.

5.5 DESTINATARI

I destinatari di questo progetto sono i soci ordinari dell'anno accademico 2008/2009 di tutte le sezioni di Erasmus Student Network Italia e cioè giovani studenti universitari stranieri che stanno svolgendo parte dei loro studi in tutte le università italiane grazie ai programmi internazionali di scambio (programmi LLP) nel campo dell'istruzione universitaria.

Nell'ambito di questa categoria, il progetto si rivolge nello specifico a 2 studenti universitari stranieri (un giornalista e un fotografo) di ogni nazione europea.

5.6 DURATA

Il presente progetto avrà inizio il 18 Maggio e terminerà il 21 Maggio 2009

5.7 LOCALIZZAZIONE

Il Progetto sarà svolto in Sicilia nel Comune di Motta d'Affermo in provincia di Messina.

Parte del presente progetto, individuabile nella conferenza stampa e di apertura, sarà svolto a Palermo.

5.8 COLLABORAZIONI

Necessarie sono le collaborazioni con Enti, Associazioni ed Organizzazioni che possano garantire un'ottima riuscita grazie alle loro competenze.

Tra queste:

- Promozione territoriale
- Enogastronomia
- Servizi e trasporti
- Turismo
- Protezione civile: la p.c. è un partner necessario per garantire sicurezza, pronto soccorso e organizzazione,

- Associazioni studentesche

5.9 PROMOZIONE

Gli obiettivi

Il processo di comunicazione si ispira al modello Aida, seguendo il principio: dall'attenzione (o consapevolezza) all'interesse, al desiderio e infine all'azione.

Gli strumenti

- Realizzazione di un logo che si sposi bene con la filosofia dell'evento e che sia accattivante e impressionante.
- Pubblicazioni articoli su riviste specializzate.
- Creazione di info point ad hoc creati per l'illustrazione e la diffusione del progetto anche come personal selling.
- Conferenza stampa. Un evento mirato a fornire agli organi d'informazione di massa un messaggio sull'importanza del Project Village.
- Inviti rivolti ad operatori del settore e opinion leader.
- Workshop con lo scopo di "catturare" gli elementi del lavoro svolto e per valutarne i feedback.
- Partecipazione a fiere e borse del turismo.
- Stampati. Realizzazione di brochure, volantini e cartelloni.
- Web. Realizzazione di un sito web apposito contenente tutte le informazioni riguardanti il Progetto Village.
- Merchandising. Realizzazione di magliette e cappellini per favorire la distribuzione del logo e dell'idea che racchiude.

5.10 DISTRIBUZIONE

- *Mailing list* creata per i partecipanti al village ed ai futuri turisti, a cui va indirizzata una corrispondenza personalizzata per informarle sulle novità, delle offerte e promozioni.

- *Siti web*. Utilizzo dei canali web di Erasmus Student Network. 33 portali in tutta Italia, 289 in tutta Europa.

- Sfruttamento *social networks* più popolari e con più visibilità al momento: Facebook, Myspace e Blogger.

- *Educational tour*. La finalità primaria dell' Educational Tour è quella di trasmettere ai partecipanti una visione positiva e sistemica del territorio in modo da invogliare i Tour Operator ad inserire la destinazione turistica nei propri cataloghi. Un momento di formazione importante teso a diffondere l'offerta turistica del Village e a stimolare l'incoming nel territorio¹⁶.

CAP. 2: STIMA DEI COSTI DI REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI E SOLVIBILITA' DEL PIANO FINANZIARIO

1. Il programma

Il progetto Paese albergo prevede una serie di interventi integrati che concorrono, nel loro complesso, alla crescita qualitativa del prodotto turistico locale e a favorire l'aumento del flusso turistico nel paese oggetto.

I vantaggi economici derivanti dal progetto si verificano in relazione a:

- le economie di scala
- le economie di sistema.

Le economie di scala più evidenti della filiera ricettività sono quelle a valle, che si concentrano prevalentemente nella fase di commercializzazione, mediante sistemi di teleprenotazione e vendita delle camere, ove risulta possibile:

- realizzare nuovi canali di distribuzione centralizzati
- ampliare il mercato di riferimento, attuando opportune strategie di diversificazione e/o penetrazione
- ottenere una gestione più efficiente su segmenti di domanda non canalizzati dall'intermediazione.

Per quanto attiene alle economie di sistema, si devono segnalare le economie di specializzazione e di scala nella comunicazione che si formano sul sistema complessivo del valore turistico e interessano prevalentemente le azioni di *marketing* e di promozione. E' evidente che i costi dei progetti di *marketing* e comunicazione rivestono

¹⁶ Cfr. www.projectvillage.it, *Project Village*, a cura di Feelland Group, 2009.

un ruolo cruciale nella penetrazione del mercato ma che gli stessi costi non sono sostenibili per un singolo operatore.

La struttura del programma è stata impostata per singole azioni, suscettibili di essere attuate con un sufficiente grado di indipendenza le une dalle altre, ma che al contempo intrattengono precisi rapporti sinergici tra loro. In altri termini, il complesso delle azioni e delle azioni elementari è tale da individuare un sistema complesso e interdipendente, sufficientemente flessibile in modo tale da poter adattare le priorità in funzione delle sollecitazioni esterne.

Il programma è definito in ragione della progressione logica strategia-obiettivo-azione-azione elementare, in funzione della quale gli allegati specifici precisano i seguenti elementi:

- il sistema degli indicatori di progetto, distinti tra i descrittori delle risorse umane necessarie all'attuazione e di quelle finanziarie
- il sistema degli indicatori di obiettivo
- il target e i tempi.

Miglioramento della qualità urbana e ambientale	€1.167.725	32,57
obiettivo	risorse finanziarie	
Aumento del grado di compatibilità dei processi economici	€3.600 v.g.	0,10
Assistenza tecnica	€178.860	5,00
Incremento dell'offerta dei servizi di ricezione turistica	€2.141.500	59,76
Incremento della domanda di prodotti (di qualità) provenienti dalle aziende agricole locali	€42.700	1,19
Incremento della domanda di servizi naturalistico- ricreativi	€24.200	0,68
Aumento dell'impatto economico locale del turismo	€25.000	0,70

E' in ogni caso evidente che alcune azioni conservano un ruolo strategico privilegiato: il progetto non può infatti prescindere dall'implementazione delle azioni nn°1, 2 e 4, oltre che dall'indispensabile assistenza tecnica. Le altre sono invece da considerare come complementari, cioè idonee a qualificare l'offerta o a renderla più aderente alle aspettative della domanda.

La stessa struttura parzialmente gerarchica connota anche il momento di temporalizzazione del programma: anche in questo senso, le stesse azioni nn°1, 2 e 4 conservano caratteri prioritari rispetto alle altre e quindi sono suscettibili di essere attuate all'inizio del ciclo del progetto.

Rispetto alla strategia complessiva e al sistema degli obiettivi, il programma prevede una provvista finanziaria complessiva pari a € 3.583.585 che così vengono ripartiti in funzione delle finalità perseguite:

Lo stesso programma è descrivibile in funzione della tipologia di azione da implementare, distinguendo le azioni materiali, quali possono essere considerate quelle afferenti il settore edilizio e urbanistico, da quelle immateriali.

tipologia d'azione	risorse finanziarie	
	v.a.	%
Assistenza tecnica	€178.860	5,00
Azioni materiali	€3.296.725	92,00
Azioni immateriali	€108.000	3,00

1.1 Il sistema delle azioni

La realizzazione del progetto è quindi articolata secondo le seguenti azioni sinergiche da svolgersi in una prospettiva di medio periodo:

- **Adeguamento degli immobili per ricettività**
 - recupero primario di interi immobili esistenti -o di parti consistenti di essi-
 - recupero secondario di singole unità immobiliari esistenti, miglioramento dei servizi igienici e dei servizi tecnologici, abbattimento delle barriere

architettoniche e adeguamento alle normative sanitarie e di sicurezza

- segnaletica, attraverso la predisposizione di dispositivi idonei ad aumentare la caratterizzazione architettonica degli esterni e ad aumentare la riconoscibilità dallo spazio stradale

- **Adeguamento degli immobili per servizi turistici**

- realizzazione della *reception*
- realizzazione di locali di soggiorno per lo svago e per corsi e attività di animazione, anche per l'infanzia
- realizzazione di un centro per "grandi eventi" con spazi dedicati ad attività collettive di competenza di *Paese albergo* quali la commercializzazione in sito dei prodotti tipici convenzionati con *Paese albergo* e per l'organizzazione di manifestazioni nell'ambito del settore delle tipicità enogastronomiche

- **Riqualificazione degli spazi connettivi del modello ricettivo diffuso**

- riqualificazione urbanistico-ambientale, attraverso il ridisegno e/o la razionalizzazione delle strade, degli impianti tecnologici a rete, dell'arredo urbano, la caratterizzazione come "soggiorni all'aperto" degli slarghi e delle piazzette e di tutto ciò che contribuisca a rendere più vivibile e accogliente il quartiere
- recupero ambientale delle aree a verde localizzate al margine del centro storico, attraverso il recupero fisico e la rifunzionalizzazione delle aree
- realizzazione e/o messa in sicurezza della rete sentieristica più significativa del territorio comunale

- **Assistenza all'imprenditorialità nel settore turistico**

- organizzazione di *workshop* periodici a scadenza annuale o semestrale con la finalità di assistenza tecnica e orientamento a favore della valorizzazione delle risorse, assistenza tecnica per la promozione di prodotti che favoriscono l'affluenza fuori stagione, formazione di animatori locali e guida a progetti di animazione turistica, corsi di aggiornamento per operatori turistici e sostegno alla gestione coordinata dei servizi turistici

- **Adeguamento beni strumentali**
 - dotazione di attrezzature per pernottamento, attraverso l'adeguamento degli arredi secondo stilemi della tradizione locale e la provvista di biancheria
 - adeguamento delle attività di ristorazione convenzionate con il *Paese albergo*, attraverso l'adeguamento degli arredi di sala e il potenziamento delle attrezzature di lavorazione/somministrazione gastronomica
- **Promozione di prodotti tipici locali**
 - realizzazione di un catalogo prodotti tipici, attraverso la selezione dei prodotti e delle aziende per la costruzione del "paniere", la composizione dell'immagine del panierino e la programmazione della campagna promozionale e pubblicitaria
- **Sito web per la promozione di Paese albergo e per la vendita di prodotti e servizi**
 - progettazione della struttura e del funzionamento del sito *web*, quale strumento di promozione del *Paese albergo* e, al contempo, quale canale di vendita dei servizi turistici e delle produzioni tipiche
- **Programma per la valorizzazione turistica locale**
 - realizzazione campagna promozionale, attraverso la progettazione di strumenti promozionali e di comunicazione (carte, guida, *depliant*, biglietti da visita,...), l'analisi del calendario degli avvenimenti e delle manifestazioni locali, il programma di commercializzazione delle offerte locali, la promozione di prodotti turistici che favoriscano l'affluenza fuori stagione
- **Marchio di qualità del sistema ricettivo locale**
 - definizione della carta del turismo sostenibile e implementazione del marchio di qualità, attraverso la definizione degli standard per la *Carta del turismo sostenibile*, ai fini di valorizzare la cucina locale, controllare la qualità delle materie prime, ripristinare pratiche di lavorazione tradizionali, adottare politiche di acquisto di prodotti locali

1.2 Il dimensionamento

Il parametro significativo per effettuare il predimensionamento della struttura

ricettiva diffusa è data dal numero minimo di posti letto che, in una situazione a regime, il soggetto gestore dell'albergo dovrà porre in vendita. Si ritiene che una struttura alberghiera, nella forma di cui alla l.r. n°11/1982 e s.m.i., tale da convenzionarsi con esercizi pubblici per la ristorazione già in piena efficienza commerciale, non possa essere dimensionata al di sotto del 70 posti letto. Dimensioni inferiori potranno essere sopportate, in una situazione subottimale, soltanto diversificando la tipologia ricettiva, cioè abbinando o sostituendo alla forma di ospitalità tipica di un albergo quella di una qualsiasi struttura extralberghiera; in questo senso, è ipotizzabile una fase d'avvio suscettibile di vedere la messa sul mercato di servizi turistici facenti capo a una struttura semplificata quale può essere una Cav che, nel corso del tempo, si trasforma, aumentando il numero di unità immobiliari recuperate, in una struttura ricettiva di tipo alberghiera.

In ogni caso, è opportuno rilevare che il dimensionamento proposto non può che essere considerato quale soglia minima, suscettibile di essere aumentato -nel corso del ciclo di vita del progetto- anche fino a raddoppiare il numero dei posti letto offerti. E' altresì rilevante notare che non si ravvisano particolari problemi di limitazioni all'espansione del numero dei posti letto, dato che la situazione di partenza registra una situazione di pressochè totale assenza di ricettività.

In una situazione a regime, i parametri dimensionali caratteristici di un paese albergo dovrebbero essere i seguenti:

- n° immobili soggetti a recupero primario: almeno 7
- n° unità immobiliari soggette a recupero secondario: circa 35
- n° vani soggetti a recupero primario o secondario: circa 100
- n° di civici da segnalare: 45/50
- n° ristoranti da riqualificare e convenzionare con il paese albergo: almeno 1
- n° bar da riqualificare e convenzionare con il paese albergo: almeno 1
- n° aziende agricole coinvolte nella vendita di prodotti e convenzionate con l'albergo diffuso: > 20
- n° locali per reception e servizi comuni: almeno 1
- n° locali di soggiorno: almeno 1

- n° coperti riservati nei ristoranti convenzionati: almeno 20
- n° siti web a supporto del Paese albergo: 1

1.3 I soggetti attuatori

L'implementazione del progetto di Paese albergo necessita della convergenza di una pluralità di soggetti locali, sia pubblici, sia di natura privata. In linea di prima approssimazione, si possono già oggi definire i seguenti attori:

- Consorzio di soggetti privati proprietari di immobili con la presenza eventuale del Comune, con il ruolo di promuovere la riqualificazione del patrimonio immobiliare
- Comune, che dovrà essere impegnato nella realizzazione di uno specifico programma di interventi pubblici a supporto della ricettività, oltre a garantire la composizione dell'offerta turistica, ad esempio con il proprio calendario di manifestazioni ed eventi di richiamo
- esercizi pubblici attualmente in esercizio e convenzionati con il paese albergo
- Associazione Paese Albergo, con il compito di promozione della località e dei suoi valori.

L'architettura attuativa non potrà che essere completata dall'individuazione del soggetto privato quale impresa turistica che effettivamente avrà il compito di gestire l'attività turistica, se non anche quello di contribuire alla sua realizzazione.

Come già notato per la strutturazione del programma, anche in rapporto agli attori lo Sdf evidenzia l'opportunità, se non la necessità, di procedere non già con una logica di semplificazione -via riduzione- della catena dei soggetti coinvolti. Le peculiarità del progetto, la necessaria partecipazione della popolazione residente e dei soggetti economici operanti attualmente sul territorio -la cui assenza si tradurrebbe in un impoverimento dell'offerta turistica- suggerisce invece un approccio flessibile e sinergico, tendente a generare un sistema di centri decisionali interdipendenti.

Tale strutturazione è evidente in rapporto alle responsabilità attribuite per ogni azione e/o azione elementare: le diverse azioni non fanno capo a un unico soggetto decisionale, quanto ai diversi attori, in ragione della specifica caratterizzazione di ogni

singola azione. Lo Sdf non ha evidenziato l'esigenza di procedere alla sottoscrizione di particolari accordi formali, anche in considerazione della dimensione modesta del sistema territoriale in oggetto. E' del tutto evidente che tale eventualità possa però rendersi necessaria nel corso dello sviluppo del programma, allorchè l'architettura decisionale potrà essere arricchita dalla presenza dell'impresa turistica, sia in fase di realizzazione, sia in fase di gestione.

1.4 Gli impatti

Il progetto è suscettibile di essere valutato sotto il profilo di differenti linee d'impatto; nella fase di messa a punto della fattibilità si ritiene necessario procedere a stimare i flussi in entrata derivanti dall'attuazione del progetto, le prospettive occupazionali suscettibili di essere attivate e le variazioni sul valore dello stock immobiliare indotte dalla realizzazione del paese albergo.

- I flussi in entrata

	tasso di occupazione	obiettivi di vendita
primo anno	90 gg/pl x anno	6.300 utenti
2° e 3° anno	120 gg/pl x anno	8.400 utenti
4° al 7° anno	185 gg/pl x anno	12.950 utenti
dall'8° anno	210 gg/pl x anno	14.700 utenti

Traducendo il numero di presenze annue stimate in incremento di reddito annuale suscettibile di essere prodotto dal Paese albergo, comprendendo anche l'indotto derivante dalla vendita dei prodotti tipici e similari, si può arrivare a stimare un range variabile tra 625 milioni all'anno a poco più di 800, in funzione dei differenti modelli gestionali adottabili per la conduzione dell'attività della struttura ricettiva diffusa.

La stima è stata condotta sulla base delle seguenti tariffe di riferimento:

- **B&B** bassa stagione: 60.000 £/pl x giorno
- **B&B** alta stagione: 75.000 £/pl x giorno
- mezza pensione b.s.: 75.000 £/pl x giorno

- mezza pensione a.s.: 95.000 £/pl x giorno.

Un indicatore sintetico dell'efficacia del progetto può essere altresì dato dal moltiplicatore finanziario, riferito cioè ai benefici diretti; in questo senso, il rapporto tra i flussi monetari suscettibili di essere attivati dal programma nel periodo e il complesso degli investimenti materiali e immateriali dovrebbe variare tra 1,13 e 1,39.

- Le prospettive occupazionali

L'attuazione del progetto è suscettibile di produrre nuove opportunità occupazionali sia nella fase di esecuzione dei lavori di recupero del patrimonio immobiliare esistente, sia nella fase gestionale dell'albergo diffuso.

In una situazione a regime, il Paese albergo richiede la presenza fissa di 3 nuove unità lavoro e quella di 7 nuovi addetti a tempo parziale, oltre alla conferma e il consolidamento di tutta la struttura occupazionale attualmente in forza all'economia locale. Nel dettaglio, il nuovo fabbisogno occupazionale si dovrebbe distribuire nel seguente modo:

- n°3 addetti alla *reception* e ai servizi alberghieri
- n°2 addetti a tempo parziale per le attività di animazione locale
- n°2 addetti stagionali nei pubblici esercizi
- n°2 addetti a tempo parziale per le pulizie della struttura alberghiera
- n°1 addetto a tempo parziale in posizione direttiva.

La fase di recupero del patrimonio edilizio è invece suscettibile di offrire occasione di lavoro al sistema delle imprese e degli artigiani appartenenti al settore dell'edilizia. Sulla base di una produttività media della forza lavoro, si può stimare in circa 175 giornate/uomo l'impegno necessario a ristrutturare ogni unità immobiliare, per complessive 6.125 giornate/uomo.

Il fattore capitale/lavoro caratteristico del programma, cioè il rapporto tra il complesso degli investimenti necessari all'implementazione dello stesso e i nuovi posti di lavoro suscettibili di essere generati, dovrebbe essere di poco superiore a 350.000 € per ogni nuova unità lavoro.

1.5 Le variazioni indotte sullo stock immobiliare

L'implementazione del progetto Paese albergo è suscettibile non solo di procedere al recupero fisico del patrimonio immobiliare esistente e attualmente degradato quanto anche, attraverso il complesso delle azioni a supporto e il tendenziale maggiore apprezzamento da parte del mercato dovuto all'attivazione dei flussi turistici, un aumento del valore complessivo degli immobili ricadenti all'interno del centro storico.

In altri termini, considerando il valore dello stesso immobile recuperato in assenza dell'attuazione del progetto in questione e in presenza del progetto Paese albergo, l'esperienza dimostra uno scarto verso l'alto che può essere stimata pari a circa il 5%¹⁷.

2. Il piano degli investimenti e la ricerca dei finanziamenti attivabili.

La pianificazione degli investimenti è parte integrante ed essenziale del progetto: fondamentale, per una maggiore efficacia del piano generale, è la formulazione di uno *studio di fattibilità*, che evidenzia la concreta realizzabilità dell'opera, i costi in termini monetari, i benefici ottenibili, gli effetti sull'ambiente, ecc.

Tra le azioni da intraprendere (oltre a quelle già trattate precedentemente):

- concertazione pubblico-privato per la gestione in forma integrata dell'offerta turistica, dell'attività promozionale e della strategia commerciale (promocommercializzazione);
- accordi con tour operator e agenzie di viaggio per l'inserimento della destinazione in pacchetti che includono tour (costi relativi alla stipula dell'accordo e alla commissione da corrispondere);
- realizzazione e risanamento delle infrastrutture di supporto all'attività turistica (campo di calcetto, parco giochi, ville comunali) (costo stimato 18.500€);

¹⁷ Cfr. www.albeghiana.it, *Progetto Ceriana Paese Albergo*, al paragrafo Programma e descrizione delle azioni, a cura del Comune di Ceriana.

- creazione di un sito web per l'accesso multimediale al patrimonio culturale, con rispettive brochure e cd-rom (alta priorità; costo medio stimato tra i 15.000 e i 20.000 €).

Per redigere il piano dei finanziamenti, ci si può concentrare sia su fonti regionali sia su alcune europee. Diversi strumenti di finanza agevolata sono elencati di seguito:

- Misure previste dal DSR (Programmazione 2007-2013);
- Leggi Regionali per il settore turistico;
- Legge 488/92 per agevolare investimenti produttivi nel settore dell'industria e dei servizi;
- Legge 215/92. Legge per l'imprenditoria femminile;
- Incentivi all'autoimprenditorialità e all'autoimpiego, in attuazione dell'art.45, comma1, Legge 144/99;
- Legge 44/86 incentivi per la promozione e sviluppo dell'imprenditorialità giovanile;
- Legge 185/2000: finanziamenti per la microimpresa;
- Reg.(CE) 1080/2006 relativo al FESR che stabilisce la necessità di garantire che non vi siano discriminazioni fondate sul sesso, la razza, la religione, le tendenze sessuali nelle varie fasi di implementazione degli interventi;

Dal POR-FESR 2007-2013 (Fondi Strutturali - Regolamento (CE) n.1083 del 2006):

- Asse 1.1. Reti e collegamenti per la mobilità;
- Asse 3.1.1. Valorizzazione identità culturali e risorse paesaggistiche e ambientali per l'attrattività e lo sviluppo; Asse 3.1.3 e Asse 3.1.6;
- Asse 5.1.1. Sviluppo imprenditoriale e competitività di sistemi produttivi locali e del turismo;
- Asse 6.1.1. creare strutture e servizi per l'insediamento e lo sviluppo di attività e servizi avanzati , anche a supporto del sistema imprenditoriale, tramite il riuso di strutture esistenti o forme di comodato del patrimonio immobiliare in disuso;
- Asse 6.2.2;
- Asse 7. Rafforzare le capacità tecniche di gestione del territorio e la capacità di amministrare.

Tra gli strumenti di finanza ordinaria troviamo:

- Mutui agevolati a lungo termine (10/20 anni);
- Leasing immobiliare agevolato con garanzia in favore della società di leasing per il rimborso del canone mensile;
- Strumenti assicurativi;
- Attivazione di prestiti partecipativi;
- Finanziamento a medio o lungo termine a tasso fisso o variabile assistito parzialmente, da garanzia pubblica rilasciata dal Fondo Centrale di Garanzia a favore delle PMI (L.662/96);
- Eventuale fondo ad hoc.

C'è da sottolineare come l'intervento del Fondo Centrale di Garanzia a favore delle PMI è finalizzato a garantire i finanziamenti a medio termine, i prestiti partecipativi e le partecipazioni concesse dalle banche, dagli intermediari finanziari e dalle società finanziarie per lo sviluppo e l'innovazione alle PMI dell'intero territorio nazionale. Le operazioni ammesse all'intervento di garanzia sono:

- finanziamenti a medio e lungo termine, ivi compresa la locazione finanziaria, di durata superiore a 18 mesi e non superiore a 10 anni concessi a PMI e consorzi a fronte di investimenti sia materiali che immateriali nel territorio nazionale;
- prestiti partecipativi, ossia finanziamenti di durata superiore a 18 mesi e non superiore a 10 anni la cui remunerazione è composta da una parte fissa integrata da una parte variabile commisurata al risultato economico dell'esercizio dell'impresa finanziata concessi a PMI e consorzi a fronte di investimenti sia materiali che immateriali nel territorio nazionale;
- partecipazione di minoranza, di durata non superiore a 10 anni, nel capitale delle PMI costituite in forma di società di capitali, acquisite a fronte di un piano di sviluppo produttivo dell'impresa.

Ovviamente nel caso di concentrazione su strumenti di finanza ordinaria, un requisito di accesso ai finanziamenti a condizioni più favorevoli rispetto a quelle di mercato dovrebbe essere l'adesione ad un consorzio dei proprietari che garantirebbe sia il buon esito dell'operazione finanziaria, sia una gestione unitaria nel complesso

immobiliare, nel rispetto di specifiche norme tecniche in grado di facilitare l'iter realizzativi sia sotto il piano finanziario che tecnico-economico.

3. Action Plan

L'Action Plan è un programma di azione, creato per fissare le linee guida da seguire per la realizzazione del progetto. Ovviamente le tempistiche relative a ciascuna azione da intraprendere possono essere più o meno lunghe, secondo le relative modalità burocratiche da seguire¹⁸.

ACTION PLAN

TAB. SEQ "Tabella" *Arabic 5

		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
miglioramento accessibilità esterna									
campagne informative									
riqualificazione									

¹⁸ Cfr. *Piano di riqualificazione turistica del borgo medievale di Forza d'Agrò*. A cura di Tiziana Gentile, pp. 30- 33.

edilizia									
	restauro interni								
	ristrutturazione esterni								
	impianti: luce, acqua, gas								
	arredi interni								
	creazione sala convegni, sala comune e ristorante								
	segnaletica tra le case								
concertazione pubblico-privato									
accordi con T.O. e AdV									
risanamento infrastrutture di supporto									
Creazione sito web									
promo-commercializzazione									

Fonte: Elaborazione personale

4. Interventi progettuali

4.1 Recupero, conservazione e fruizione del borgo antico per la creazione di nuova ricettività turistica di qualità, reception, centro di informazione turistica e sede operativa della società di gestione

Di seguito sono riportati gli importi stimati per il recupero delle unità abitative già disponibili, suddivise per fabbricati contigui o vicini e di cui è già disponibile la progettazione preliminare.

I costi parametrici sono stati ricavati dalle condizioni reali degli edifici da recuperare.

1) Intervento di recupero del patrimonio edilizio abitativo

A	Importo dei lavori a base d'asta incluso oneri di sicurezza	€	2.155.988,6
B	Somme a disposizione dell'amministrazione	€	

1	I.V.A. sui Lavori (10%)	€	238.901,56
2	Spese tecniche generali	€	437.986,19
3	I.V.A 20% su competenze tecniche	€	87.597,2
	Totale somma a disposizione	€	764.484,94
	Importo totale dei lavori (A+B)	€	3.153.500,4

2) *Realizzazione di una struttura da adibire a reception, centro di informazione turistica e sede operativa della società di gestione;*

A	Importo dei lavori a base d'asta incluso oneri di sicurezza	€	664.421,83
B	Somme a disposizione dell'amministrazione		
1	I.V.A. sui Lavori (10%)	€	66.442,18
2	Spese tecniche generali	€	79.730,62
3	I.V.A 20% su competenze tecniche	€	15.946,12
4	Arredi, allestimenti e altro	€	150.000,00
5	Spese tecniche progetto arredamento	€	18.000,00
6	IVA su spese tecniche progetto arredamento	€	3.600,00
7	Imprevisti	€	1.859,24
	Totale somma a disposizione	€	335.578,17
	Importo totale dei lavori (A+B)		1.000.000,00

Gli interventi degli immobili disponibili dall'amministrazione hanno un costo complessivo di **€4.153.500,40**, costo da verificare in sede di progettazione definitiva.

Si ipotizza, inoltre, che il costo medio di recupero degli immobili che saranno oggetto di acquisto con il nuovo avviso e che dovrebbero aggirarsi in ulteriori 40/50 unità abitative, dovrà aggirarsi intorno a **€ 3.500.000,00** per i quali è stato emanato l'avviso pubblico

3) *Investimenti materiali e/o immateriali per l'arredamento degli immobili e dotazione di attrezzature ed equipaggiamenti delle unità abitative già in possesso dell'Amministrazione comunale*

	Descrizione	Costo a posto letto/unità abitativa	Posto letto/unità abitativa	Costo complessivo
A	Investimenti mat/ e immat.	€1.200,00 45	45	€54.000,00
B	Arredamento e dotazione attrezzature ed equipaggiamenti delle unità abitative	€9.900,00	120	€1.188.000,00
C	Arredamento e dotazione attrezzature della reception/Ristorante	€200.000,00	1	€200.000,00
D	Arredamento e dotazione attrezzature Centro servizi	€58.000,00	1	€58.000,00
	Importo totale dei lavori (A+B)			1.500.000,00

4.2 Opere infrastrutturali a supporto dell'albergo diffuso.

Al fine di rendere fruibile l'area di intervento, è necessario eliminare l'accentuato degrado urbanistico con la realizzazione ed il rinnovamento delle infrastrutture pubbliche. A tal proposito sono previsti interventi infrastrutturali mirati al rinnovamento dei sottoservizi esistenti (rete idrica, rete fognaria e smaltimento acque meteoriche e pavimentazione).

Inoltre, al fine di agevolare le moderne esigenze, è previsto l'abbattimento di alcuni edifici per far posto ad aree di sosta, nonché la realizzazione di aree di sosta nel sottosuolo.

Di seguito sono riportati i quadri economici degli interventi infrastrutturali previsti:

1) Riqualificazione delle infrastrutture urbane primarie del centro storico – creazione di un'area di sosta e sottoservizi rete idrica, rete fognaria e pubblica illuminazione

A	Importo dei lavori a base d'asta incluso oneri	€	585.000,00
---	--	---	------------

A1	Oneri di cui al D.Lgs. 494796 non soggetti a ribasso d'asta	€	13.000,00
	TOTALE A BASE D'APPALTO	€	598.000,00
B	Somme a disposizione dell'amministrazione	€	
1	I.V.A. sui Lavori (10%)	€	119.000,00
2	Spese tecniche e generali	€	82.400,00
	TOTALE SOMME A DISPOSIZIONE	€	202.000,00
	IMPORTO TOTALE DEI LAVORI	€	800.000,00

Gli interventi per opere infrastrutturali hanno un costo complessivo di € **2.873.200,40**, costo da verificare in sede di progettazione definitiva.

2) Lavori di realizzazione infrastrutture primarie e secondarie e creazione aree di sosta nel sottosuolo

A	Importo dei lavori a base d'asta incluso oneri	€	580.000,00
A1	Oneri di cui al D.Lgs. 494796 non soggetti a ribasso d'asta	€	20.000,00
	TOTALE A BASE D'APPALTO	€	600.000,00
B	Somme a disposizione dell'amministrazione	€	
1	I.V.A. sui Lavori (10%)	€	60.000,00
2	Competenze tecniche	€	75.000,00
3	Incentivi RUP	€	12.000,00
4	I.V.A. sulle spese tecniche	€	15.000,00
5	Espropri	€	15.000,00
6	Imprevisti IVA inclusa	€	23.000,00
	TOTALE SOMME A DISPOSIZIONE	€	200.000,00
	IMPORTO TOTALE DEI LAVORI	€	800.000,00

3) Progetto per la realizzazione di aree di sosta a verde di quartiere

A	Importo dei lavori a base d'asta incluso oneri	€	500.000,00
A1	Oneri di cui al D.Lgs. 494796 non soggetti a ribasso d'asta	€	20.000,00

	TOTALE A BASE D'APPALTO	€	520.000,00
B	Somme a disposizione dell'amministrazione	€	
1	I.V.A. sui Lavori (10%)	€	52.000,00
2	Competenze tecniche	€	65.000,00
3	Incentivi RUP	€	10.400,00
4	I.V.A. sulle spese tecniche	€	13.000,00
5	Imprevisti IVA inclusa	€	10.200,00
	TOTALE SOMME A DISPOSIZIONE	€	150.600,00
	IMPORTO TOTALE DEI LAVORI	€	670.600,00

4) Progetto per la realizzazione di una rete telematica a fibre ottiche che collega tutti gli edifici interessati al progetto Paese Albergo

A	Importo dei lavori a base d'asta incluso oneri	€	400.000,00
A1	Oneri di cui al D.Lgs. 494796 non soggetti a ribasso d'asta	€	20.000,00
	TOTALE A BASE D'APPALTO	€	420.000,00
B	Somme a disposizione dell'amministrazione	€	
1	I.V.A. sui Lavori (10%)	€	84.000,00
2	Competenze tecniche	€	65.000,00
3	Incentivi RUP	€	10.400,00
4	I.V.A. sulle spese tecniche	€	13.000,00
5	Imprevisti IVA inclusa	€	10.200,00
	TOTALE SOMME A DISPOSIZIONE	€	182.600,00
	IMPORTO TOTALE DEI LAVORI	€	602.600,00

Sostegno ai privati/PMI per la realizzazione delle "residenze turistiche".

Si prevede, infine di finanziare i privati che acquisteranno gli immobili dalla Società/Amministrazione comunale per destinarli esclusivamente per l'ospitalità dei turisti/albergo diffuso.

Le unità abitative che saranno messe a disposizione dei privati saranno quelle che il Comune acquisterà dai privati dalla pubblicazione dell' avviso pubblicato nel mese di marzo 2007.

Ai privati/PMI sarà data l'opportunità di ottenere i finanziamenti per l'acquisto di beni materiali e/o immateriali per l'arredamento degli immobili e dotazione di attrezzature ed equipaggiamenti delle unità abitative.

	Descrizione	Costo a posto letto/unità abitativa	Posto letto/unità abitativa	Costo complessivo	Finanziamento pubblico	Finanziamento privato
A	Investimenti mat/e immmat.	€1.200,00	110	€132.000,00	€66.000,00	€66.000,00
B	Arredamento e dotazione Attrezzature ed equipaggiamenti delle unità abitative	€9.900,00	120	€1.089.000,00	€44.500,00	€544.500,00
C	Spese varie	€1.627,27	110	€179.000,00	€89.500,00	€89.500,00
	Importo totale dei lavori (A+B)	€12.727,27		€1.400.000,00	€700.000,00	€700.000,00

4.3 Qualificazione di professionalità specializzate nei settori di intervento

Per la conduzione di tutte le attività connesse alla gestione dell'albergo diffuso e dei servizi annessi, saranno utilizzate le figure professionali formate nell'ambito degli interventi formativi previsti nell'ambito dei Progetti Integrati Territoriali:

- Esperti in marketing e promozione turistica;
- Guide turistiche;
- Tecnici specializzati in materia di archeologia e paleontologia;
- Addetti alla promozione e organizzazione di eventi culturali.

Si prevede inoltre la realizzazione di interventi formativi per la qualificazione di professionalità specializzate nella gestione di alberghi diffusi:

Intervento	N° destinatari	Finanziamento	Cofinanziamento	TOTALE
-------------------	-----------------------	----------------------	------------------------	---------------

Attività formative e seminariali: - dal Recupero alla conservazione e fruizione del borgo antico per la creazione e gestione di nuova ricettività turistica di qualità; Marketing, e vendite e gestione di un albergo diffuso: o Impostare una strategia di marketing e di coinvolgimento sociale; o Marketing alternativo, economico, innovativo ed efficace; o Web Marketing e Sostare gestionali evoluti.	50	150.000,00		150.000,00
Attività formative e seminariali legate alla creazione e coinvolgimento delle PMI per la realizzazione e gestione di botteghe artigianali e commerciali, di attività enogastronomiche e di ristorazione	50	140.000,00	10.000,00	150.000,00
Voucher formativi per la partecipazione a attività formative o seminari intensivi in tema "Albergo diffuso"	30	90.000,00		90.000,00
TOTALE				390.000,00

4.4 Attività di progettazione e di supporto alla realizzazione degli interventi (Società di gestione e Assistenza tecnica).

Si stima un fabbisogno di **€500.000,00** da destinare:

- alla società di gestione appositamente costituita quale aiuto per la gestione nei primi tre anni di attività
- all'acquisizione di consulenze specialistiche per l'erogazione di servizi reali (servizi destinati all'aumento della produttività, trasferimento di nuove

tecnologie, ricerca di nuovi mercati, sviluppo di sistemi di qualità, servizi finalizzati al commercio elettronico)¹⁹.

¹⁹ Cfr. www.crotonesviluppo.it, Progetto “Paese Hotel Melissa Borgo Antico”, a cura dell’Amministrazione Comunale di Melissa, pp. 21-35.

4.6 Piano Finanziario

Interventi	Fondi	Finanziamento	Cofinanziam- mento privato
Recupero, conservazione e fruizione del borgo antico per la creazione di nuova ricettività turistica di qualità e strutture museali, reception, centro di informazione turistica e sede operativa della società di gestione	FESR	€9.153.500,40	
Sostegno alle PMI per la realizzazione di botteghe artigianali e commerciali, di attività enogastronomiche e di ristorazione.		€1.700.000,00	€1.700.000,00
Attività di progettazione e di supporto alla realizzazione degli interventi (Società di gestione e Assistenza tecnica).		€500.000,00	
Qualificazione di professionalità specializzate nei settori di intervento	FSE	€380.000,00	€10.000,00
Opere infrastrutturali a supporto dell'albergo diffuso	FAS	€2.585.880,36	€287.320,04
Totale Complessivo		€13.819.380,76	€1.997.320,04

CAP. 3: ANALISI DELLE STRUTTURE RICETTIVE DEL PROGETTO

1. BED AND BREAKFAST

1.1 I Principi generali

In Italia sono bed and breakfast le attività ricettive a conduzione familiare. Queste strutture ricettive sono gestite da privati che, avvalendosi della loro organizzazione familiare, utilizzano parte della propria abitazione, fino a un massimo di tre camere, fornendo alloggio e prima colazione ed i servizi minimi. Bed and Breakfast tradotto in Italiano significa letteralmente Letto e Colazione, ma in realtà c'è molto di più in questa definizione anglosassone.

E' quasi una filosofia incentrata sull'ospitalità e sulla apertura agli altri in un clima cordiale, pulito e familiare. Così almeno il bed and breakfast è stato concepito all'inizio di questo secolo nei paesi del nord Europa, i primi a sviluppare questa formula di accoglienza assolutamente diversa dall'offerta delle strutture ricettive tradizionali, e che oggi è apprezzata e conosciuta in tutto il mondo, fino a rappresentare in nazioni come l'Irlanda circa il 20% del mercato del turismo incoming.

Probabilmente, il cliente che sceglie la formula B&B è un cliente che alle strutture professionalmente organizzate come gli alberghi preferisce una esperienza più diretta, calandosi in un contesto sociale e culturale di una famiglia, in modo da poter vivere l'esperienza unica di vedere per qualche giorno l'Italia con gli occhi degli italiani.

Chi invece offre ospitalità in bed and breakfast, al di là delle motivazioni economiche, che comunque possono rappresentare una buona integrazione al reddito, è di solito spinto anche dal desiderio di allacciare rapporti interculturali con persone da tutto il mondo, parlare lingue diverse, immergersi in quello che viene definito il "Villaggio Globale", insomma fare amicizia²⁰.

1.2 Il campo di applicazione

Gli operatori che, nell'ambito della propria residenza, offrono un servizio di B & B devono svolgere il proprio servizio seguendo alcune prescrizioni.

In particolare, l'attività deve:

- Essere svolta per numero, massimo e minimo di posti letto, che varia da Regione Regione;

²⁰ Cfr. www.algiardinovenezia.it, *Bed & Breakfast in Italia*.

- Avere carattere saltuario o essere effettuata per periodi ricorrenti stagionali;
- Deve essere assicurata avvalendosi della normale organizzazione familiare;
- Deve essere assicurato fornendo, esclusivamente a chi è alloggiato, cibi e bevande confezionate per la prima colazione senza alcuna manipolazione²¹.

1.3 I gestori del B & B

Secondo un'indagine svolta nel maggio del 2003 dall'Osservatorio Nazionale del Bed & Breakfast, i gestori del B & B sono per il 63% donne, dato giustificato dal fatto che l'attività si svolge in casa, anche se la percentuale di uomini risulta comunque rilevante (37%). Il livello di istruzione è medio-alto, infatti il 73% degli intervistati è diplomato o laureato. Una buona cultura di base è confermata dai dati relativi alle lingue parlate: quasi il 70% parla l'inglese, il 44,2% il francese, il 17,6% il tedesco o lo spagnolo. Quanto alla professione le categorie più rappresentate sono quelle degli impiegati e delle insegnanti (20%), seguiti dai pensionati (18%) e dalle casalinghe (15%); la maggioranza relativa delle risposte alla domanda sulla professione svolta appartiene alla categoria "altro" (32%), segnale evidente che la gestione del B & B non sia prerogativa di determinati profili professionali.

Analizzando il lato della domanda, sempre secondo i dati forniti dall'Osservatorio Nazionale del B & B, è emerso che non esiste una classe prevalente tra i fruitori. Il 67% della clientela è rappresentata da coppie, raramente da famiglie (11%) o da single (10%), e ancora meno da comitive di amici (6%). I dati relativi alla durata del soggiorno evidenziano che oltre il 70% dei turisti pernotta nel B & B per più di una notte, il 18% degli ospiti rimane per quattro notti o più, mentre soltanto l'11% si ferma a dormire una sola notte²².

²¹ Cfr. *Aprire e gestire un Bed & Breakfast*, a cura di Cinzia De Stefanis pag. 12 ed. Simone 2009.

²² Cfr. *Turismo relazionale e sviluppo territoriale: Il progetto Paese Albergo*, a cura di Valentina Fantauzzo, pp.48- 49, (2006).

1.4 Le competenze

Per l'apertura di un B&B è sufficiente recarsi presso l'Ufficio Turistico del proprio Comune di residenza (o presso l'APT o IAT locale) e fare denuncia di inizio attività, comunicando i prezzi che si intendono praticare. I prezzi con il timbro del Comune andranno poi affissi dietro alla porta della camera degli ospiti. Naturalmente in quella regione deve essere in vigore una legge regionale sul B&B.

1.5 Denuncia Inizio Attività

Istituto giuridico disciplinato dall'art.19 della L. 241/90. Ai sensi di detta norma l'esercizio dell'attività è intrapreso sulla base di una denuncia di inizio attività (compilata in carta semplice, su appositi moduli) presentata all'Amministrazione competente (Comune). Il privato può intraprendere l'attività a decorrere dalla presentazione della denuncia. Spetta alla suddetta Amministrazione verificare le sussistenze dei requisiti di legge e disporre entro 60 gg. il divieto di prosecuzione dell'attività²³.

Coloro che intendano svolgere l'esercizio saltuario di alloggio e prima colazione devono presentare all'A.P.T. il modello di domanda in bollo, da cui risulti:

- generalità del richiedente;
- categoria catastale dell'unità immobiliare;
- consistenza dell'unità immobiliare (n° vani, n°servizi ed altri spazi);
- numero di camere messe a disposizione degli ospiti (non più di tre camere con un massimo di sei posti letto);
- descrizione dettagliata dell'arredamento delle camere da letto;
- periodo di esercizio dell'attività con specifica indicazione dei 90 giorni minimi obbligatori (anche non consecutivi) di interruzione dell'esercizio stesso. Tale periodo può essere variato di anno in anno purchè la notifica sia notificata presso l'A.P.T.;
- titolo di proprietà dell'unità immobiliare;

²³ Cfr. www.anbba.it, *Come aprire un Bed & Breakfast*.

- tariffe minime e massime che si intendono applicare riferite a ciascun servizio comprensive di colazione, servizio, riscaldamento e aria condizionata ove esistenti, di I.V.A. ed imposte, uso degli accessori delle camere e dei bagni;
- la denominazione dell'esercizio.

1.6 Documenti da allegare alla domanda

1. La planimetria dell'unità abitativa firmata da un tecnico iscritto all'albo professionale o catastale (scala 1:100 o 1:50) con l'indicazione della superficie utile dei vani, l'altezza, il numero dei posti letto, le aree di pertinenza;
2. atti comprovanti la disponibilità dei locali (compravendita, locazione o altro con atto di assenso a firma autentica del proprietario se diversa dal richiedente);
3. dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà sottoscritta dal richiedente di fronte ad un funzionario dell'A.P.T. di Roma, attestante la conformità della struttura e degli impianti alle normative comunali e di sicurezza vigenti. L'attestazione di conformità degli impianti deve riguardare gli impianti elettrici, a gas e di riscaldamento, i quali devono essere corrispondenti ai requisiti previsti nelle vigenti normative in tema di sicurezza.
4. fotocopia carta d'identità o passaporto
5. certificato di residenza²⁴

1.7 I contributi regionali

In cinque regioni (Calabria, Basilicata, Piemonte, Sicilia e Umbria) sono previsti contributi a favore dei gestori. Per ottenere questi contributi le leggi regionali richiedono particolari adempimenti come, ad esempio, coordinarsi con un'associazione. In **Piemonte** è, ad esempio, richiesto l'impegno a continuare l'attività per almeno 10 anni. In **Sicilia** lo stesso obbligo è di soli cinque anni (con almeno 50 presenze annue) e bisogna prestare un'apposita fideiussione: i finanziamenti *un tantum* vanno da circa 2000 a 3100 euro a posto letto, secondo le "stelle" di categoria. In **Calabria** si è data priorità ai piccoli centri delle aree interne con contributi a fondo perduto del 50% della

²⁴ Cfr. www.bedbreakfastroma.it, *Come fare per aprire un Bed & Breakfast*.

spesa nel limite di 25 mila euro. In **Umbria**, infine, la formula è quella del tasso agevolato. In **Basilicata**, in conformità con le strategie delineate nel Piano Turistico Regionale, è possibile utilizzare fondi regionali, nazionali e comunitari e possono essere concessi contributi per l'adeguamento, la ristrutturazione, l'ammodernamento e l'arredamento dei locali destinati all'attività di B & B²⁵.

1.8 I prezzi

Sempre con riferimento alla normativa vigente in materia di prezzi, essi sono liberamente determinati dai gestori, e che ai sensi del Decreto Ministro del Turismo e dello Spettacolo 16 ottobre 1991, "i soggetti cui è fatto obbligo della comunicazione (dei prezzi) non possono praticare prezzi superiori ai massimi, nè inferiori ai minimi, ad eccezione dei seguenti casi:

1. gruppi organizzati composti di almeno 10 persone;
2. ospiti per periodi di soggiorno continuativo pari o superiore a 15 giorni;
3. bambini al di sotto di 6 anni;
4. guide, accompagnatori e interpreti al seguito dei gruppi organizzati di cui al punto 1."

1.9 Le norme

al riguardo sono a carattere regionale e, dopo un input decisivo dato al fenomeno in oggetto dalla Regione Lazio, che è stata la prima a legiferare (L. n° 18 del 29 maggio 1997), ora anche le altre regioni italiane tengono il passo. Questa attività non richiede partita IVA, nè alcuna autorizzazione particolare. Per la Regione Sicilia la Partita IVA è richiesta al solo fine dell'erogazione dei fondi regionali e non come requisito essenziale.

Ai fini fiscali

Secondo due risoluzioni emesse dal Ministero delle Finanze, la n° 180/e del 14/12/98 1 e la [n° 155 del 13/10/2000](#) l'attività di B&B è fuori dal campo IVA se

²⁵ Cfr. *Aprire e gestire un Bed & Breakfast*, a cura di Cinzia De Stefanis pag. 14 ed. Simone 2009.

esercitata in modo saltuario cioè in una maniera non organizzata come impresa e non continuativa: in tal modo non dovrà emettere alcun documento fiscale all'atto del pagamento.

L'ANBBA (Associazione Nazionale Bed & Breakfast Affittacamere) in passato, nel Suo Codice di Autoregolamentazione, ha stabilito per i propri soci, mancando al riguardo alcun riferimento normativo, che l'attività fosse saltuaria se interrotta annualmente per almeno 60 giorni anche non continuativi. Tale interruzione, che va comunicata al proprio Comune, non è mai stata né lo è tuttora, un indice sufficiente di "occasionalità" dell'attività. Per conoscere i nuovi parametri che l'Associazione Nazionale pone a conoscenza dei propri soci è necessario associarsi, anche con la quota minima. Questa forma di autodisciplina interna è un buon riferimento anche per il legislatore.

Ai fini Irpef, sarà necessario rilasciare al cliente una ricevuta semplice non fiscale. Tale ricevuta sarà del tipo madre-figlia, numerata progressivamente, con la data del pagamento. La copia che rimane nelle mani del gestore, costituisce reddito imponibile ai fini della dichiarazione dei redditi, da indicare nel Modello Unico nel quadro "L" (attività commerciali svolte in via occasionale) al netto dei costi sostenuti (scontrini del pane, bibite, ecc.) inerenti l'attività.

Una volta comunicati i prezzi all'Ufficio di cui sopra e dimostrata l'abitabilità dei propri locali, dal giorno seguente l'attività è in regola. Quanto alla denuncia delle persone alloggiate all'Autorità locale di Pubblica Sicurezza (Polizia, Carabinieri), il gestore di B&B è tenuto sempre ad effettuarla ([è la nuova Legge Quadro sul Turismo che lo dice, art.8](#)). Infine il gestore, ai fini della rilevazione statistica, deve comunicare alla Provincia, su apposito modello ISTAT, il movimento degli ospiti. La frequenza di questa comunicazione e i modelli da compilare si richiedono alla Provincia o all'Ufficio Turistico del proprio Comune.

1.10 Il servizio

dovrà essere accurato avvalendosi della normale organizzazione familiare e fornendo, esclusivamente a chi è alloggiato, cibi e bevande confezionate per la prima colazione, senza alcun tipo di manipolazione.

I Requisiti minimi da rispettare sono:

- Numero delle camere

Possono essere utilizzate un massimo di tre camere da letto. A seconda delle Regioni, poi, il numero massimo di posti letto totali può variare. Ad esempio nel Lazio sono sei letti, invece nel Veneto il numero massimo di posti non è determinato. L'Abruzzo e l'Emilia Romagna ne prevedono 4.

- Superficie locali

Le superfici delle camere, di norma, sono le seguenti:

- 14 mq di superficie minima per camera doppia al netto di ogni locale accessorio.
- 8 mq di superficie minima per camera singola al netto di ogni locale accessorio.
- 6 mq di incremento per l'aggiunta di un letto di tipo tradizionale (80x190 cm.)
- 1 mq di incremento per l'aggiunta di un letto a castello.
- cubature ed altezza delle camere secondo le previsioni dei regolamenti comunali.
- La cucina, se luogo adibito a breakfast, dovrà misurare 6 mq + 0,5 mq per ogni persona alloggiata. Se il breakfast si fa in un altro locale basteranno i 6 mq.
- Il vano adibito a sala breakfast, se esistente, dovrà misurare 1 mq per ogni persona alloggiata.

I criteri di fissazione delle superfici delle camere in rapporto ai letti, sono definiti dal DPR 1437/1970, art. 1. C'è da precisare, tuttavia, che tali parametri sono uguali nella gran parte dei Comuni d'Italia, ma non in tutti.

Inoltre dovranno essere erogate in tutti i locali energia elettrica, acqua calda, riscaldamento. Detti impianti dovranno soddisfare i requisiti di legge per la "messa a norma" degli stessi. Per ognuno di essi dovrà essere rilasciata, a cura di un tecnico o di un installatore di impianti, la cosiddetta "dichiarazione di conformità".

La "messa a norma" in particolare riguarda:

- l'impianto di distribuzione di energia elettrica quanto ai materiali adottati, componentistica, corretto posizionamento delle utenze finali rispetto ai luoghi di pericolo (vicino a lavabi, docce, punti gas), dimensionamento di cavi e interruttori;
- l'impianto di messa a terra e l'impianto di protezione dalle scariche atmosferiche;
- l'impianto idrico-sanitario
- l'impianto di distribuzione del gas quanto a dimensionamenti valvole e tubazioni, posizionamento utenze e contatore, corretta aerazione dei locali;
- l'impianto di produzione di calore (caldaie domestiche a gas) con riferimento alla componentistica, alla corretta installazione e al corretto posizionamento, alla aerazione dei locali e allo scarico dei fumi²⁶.

2. AFFITTACAMERE

2.1 Principi generali

Gli affittacamere sono strutture ricettive gestite per la produzione e l'offerta al pubblico di servizi per l'ospitalità. I locali destinati all'attività ricettiva devono possedere i requisiti strutturali ed igienico-edilizi previsti per le case di civile abitazione, ciò non comporta modifica di destinazione d'uso degli edifici ai fini urbanistici.

Sono esercizi di affittacamere le strutture composte da non più di sei camere per clienti, con una capacità ricettiva non superiore a dodici posti letto, ubicate in non più di due appartamenti ammobiliati in uno stesso stabile, nelle quali sono forniti alloggio e, eventualmente, servizi complementari.

L'attività di affittacamere deve essere esercitata in forma di impresa. Coloro che esercitano, non professionalmente, l'attività di affittacamere nella casa ove hanno la propria residenza e domicilio sono esonerati, oltre che dall'iscrizione alla Camera di Commercio I.A.A., dalla presentazione della comunicazione dei prezzi all'Amministrazione Provinciale.

²⁶ Cfr. www.anbba.it, *Come aprire un Bed & Breakfast*.

Per lo svolgimento dell'attività non è previsto il rilascio di autorizzazione, è sufficiente la presentazione di una denuncia di inizio attività²⁷.

2.2 Caratteristiche funzionali

1. I locali destinati all'esercizio di affittacamere devono possedere le caratteristiche strutturali ed igienico - sanitarie previste per i locali di civile abitazione.
2. Gli appartamenti utilizzati per l'attività di affittacamere devono essere dotati di un servizio igienico - sanitario, completo di tazza igienica con cacciata d'acqua, lavabo, vasca da bagno o doccia, specchio, ogni 6 posti **letto** o frazione di 6 superiore a 2, comprese le persone appartenenti al nucleo familiare e conviventi.
3. Alle camere da **letto** destinate agli ospiti si deve poter accedere senza dover attraversare la **camera** da **letto** ed i servizi destinati alla famiglia o ad altro ospite.
4. Gli affittacamere devono assicurare - avvalendosi della normale organizzazione familiare - i seguenti servizi minimi di ospitalità compresi nel prezzo dell'alloggio: pulizia dei locali e cambio della biancheria ad ogni cambio di cliente, ed almeno una volta alla settimana; fornitura di energia elettrica, acqua calda e fredda e riscaldamento; telefono ad uso comune.
5. Per le camere da letto, l'arredamento minimo è costituito da un letto e una sedia per persona, oltre che da un armadio, da un tavolo - scrittoio e da un cestino porta rifiuti.

2.3 Obblighi amministrativi per lo svolgimento della attività di affittacamere

1. L'attività di affittacamere è soggetta a preventiva autorizzazione da rilasciarsi dal comune competente per territorio.
2. Nell'autorizzazione devono essere specificati i seguenti elementi: generalità del titolare; numero e ubicazione dei vani destinati all'attività ricettiva;

²⁷ Cfr. www.comune.pisa.it/turismo, *Definizione di esercizio di affittacamere*.

numero dei posti letto; servizi igienici a disposizione degli ospiti; eventuali servizi accessori offerti all'utenza.

3. Il titolare di esercizio di affittacamere può somministrare alimenti e bevande limitatamente alle persone alloggiate.
4. Nel caso previsto dal secondo comma del precedente art. 15, il comune provvede ad annotare in calce all'autorizzazione per la somministrazione di alimenti e bevande, l'attività complementare di affittacamere svolta dal titolare²⁸.

2.4 Norme fiscali

Con riferimento alle risoluzioni ministeriali n°180/e del 14/12/1998 e n°155 del 13/10/2000 l'attività di affittacamere può essere considerata occasionale e quindi fuori campo I.V.A. solo quando ricorrono congiuntamente le seguenti condizioni:

- l'attività deve essere svolta nella casa di abitazione di chi offre il servizio che deve convivere con i propri ospiti.
- Il servizio reso può comprendere esclusivamente l'alloggio e la prima colazione e deve essere svolto avvalendosi esclusivamente della normale organizzazione familiare senza utilizzo, pertanto, di persone estranee al nucleo familiare.
- L'attività, anche se esercitata periodicamente, non deve essere svolta in modo sistematico, con carattere di stabilità che evidenzia una opportuna organizzazione di mezzi che è indice della professionalità dell'esercizio dell'attività stessa.

Pertanto solo se ricorrono congiuntamente tutte le condizioni sopra esposte viene a mancare il carattere dell'abitudine e professionalità che fanno assumere a chi svolge l'attività in oggetto la qualifica di soggetto passivo d'imposta e pertanto l'attività stessa, così esercitata, è da considerare fuori campo I.V.A. Diversamente, la mancanza di anche uno solo dei presupposti citati fa sì che l'esercizio di affittacamere soddisfi il dettato

²⁸ Cfr. www.mondocasablog.com, *L'esercizio di affittacamere: un entry level per il mercato degli affitti adeguato anche a classi disagiate.*

dell'articolo 4, primo comma, del D.P.R. n° 633/1972, per essere considerato attività d'impresa e quindi soggetto alla normativa I.V.A.²⁹.

2.5 Presentazione della denuncia di inizio attività

Nella domanda vanno indicati:

1. denominazione e ubicazione dell'esercizio;
2. generalità del titolare;
3. periodi di esercizio dell'attività;
4. numero ed ubicazione dei vani destinati all'attività ricettiva;
5. numero massimo dei posti letto;
6. servizi igienico-sanitari a disposizione degli ospiti;
7. eventuali servizi accessori (oltre a quelli obbligatori sopra elencati) offerti all'utenza.

Gli elementi **dall'1 al 7** devono essere evidenziati nell'autorizzazione comunale.

Alla domanda vanno inoltre allegati:

1. planimetria dell'immobile e piante di tutti i locali, dei vari piani, ad uso dell'azienda ricettiva; con indicazione della concessione edilizia e dell'uso cui ciascun locale è destinato, a firma del tecnico che ha redatto il progetto;
2. relazione descrittiva a cura dello stesso tecnico;
3. certificato di iscrizione (in originale o copia autenticata) in data non anteriore a tre mesi, sul registro delle Imprese (rilasciato dalla Camera di Commercio);
4. denuncia di attrezzature e requisiti obbligatori e fungibili (mod. presso Ufficio IAT);
5. autorizzazione igienico-sanitaria rilasciata dal Comune e corredata da relazione o parere del competente Servizio ASL, predisposta ai fini del rilascio dell'autorizzazione stessa, con valutazione molto dettagliata della ricettività dell'esercizio, espressa in camere (singole, doppie, triple, etc.) e servizi igienici;
6. certificato di abitabilità/agibilità³⁰;

²⁹ Cfr. sportellounico.comune.torino.it, *Domande frequenti: Attività alberghiera*.

³⁰ Cfr. turismo.provincia.teramo.it, *Gli affittacamere*.

3. CASE PER FERIE

3.1 Principi generali

In Italia sono case per ferie le strutture ricettive che forniscono i servizi minimi, attrezzate per il soggiorno di persone o gruppi e gestite al di fuori dei normali canali commerciali, da enti pubblici, associazioni o enti religiosi, operanti senza fine di lucro, per il conseguimento di finalità sociali, culturali, assistenziali, religiose o sportive nonché da enti o aziende per il soggiorno dei loro dipendenti o loro familiari.

Nelle case per ferie possono altresì essere ospitati dipendenti e relativi familiari, di altre aziende o assistiti dagli enti di cui al presente comma con i quali sia stata stipulata apposita convenzione.

Le Case per Ferie rivelano la loro identità anzitutto sotto il profilo umano. Si tratta infatti di luoghi specializzati da sempre nella accoglienza e nella ospitalità di uomini e di donne, riuniti in famiglie o per gruppi o per singoli individui, di diversa età e provenienza, in viaggio per motivazioni culturali o semplicemente di turismo religioso (un "religious tourism" molto praticato).

La presenza nelle case per ferie di servizi e attrezzature che consentano il soggiorno di gruppi autogestiti, quali cucine o punti di cottura autonomi, non ne muta la natura. La casa per ferie può assumere specificazioni tipologiche aggiuntive, purché concordate con il Comune e connesse alla categoria di utenza ospitata o alla finalità specifica³¹.

3.2 Requisiti strutturali e di esercizio minimi che devono essere garantiti nelle case per ferie:

La capacità ricettiva di una casa per ferie non è stabilita da una legge regionale, pertanto è libera. Non è stato stabilito un minimo e un massimo di camere da letto e di posti letto³². I requisiti generali sono:

³¹ Cfr. www.algiardinovenezia.it, *Bed & Breakfast in Italia*.

³² Cfr. www.regione.piemonte.it/turismo, *Case per ferie*.

- a. superficie minima delle camere di 8 e 12 metri quadrati per le camere autorizzate rispettivamente per uno o due posti letto, aumentata di 5 mq. per ogni ulteriore posto letto autorizzato. In caso di utilizzo di letti a castello per camere/camerate dai 4 letti in su, ove l'altezza dei locali sia superiore a 3,20 m il parametro superficie/posto letto può essere ridotto 5 mq.;
- b. per le camere senza bagno ad uso esclusivo installazione di dotazioni igienico-sanitarie comuni nella misura di un lavabo ogni 5 posti letto o frazione nonché un vano wc e un vano doccia ogni 8 posti letto o frazione, con un minimo di un servizio ogni piano;
- c. una cucina (requisito non obbligatorio per le case religiose di ospitalità);
- d. una o più sale comuni, distinte dal locale adibito a cucina, per una superficie complessiva di almeno 20 metri quadrati per i primi 10 posti letto e di 0,5 metri quadrati per ognuno degli ulteriori posti letto;
- e. fornitura costante di energia elettrica, di acqua calda e impianto di riscaldamento dei locali, quest'ultimo requisito è obbligatorio solo se l'apertura comprende i periodi dal 1 ottobre al 30 aprile;
- f. cambio della biancheria settimanale e ad ogni cambio del cliente o servizio di fornitura della biancheria da camera e da bagno su richiesta, ove il servizio non sia fornito di base;
- g. Fornitura di una coperta per ogni letto;
- h. Pulizia giornaliera dei locali;
- i. almeno un apparecchio telefonico ad uso comune;
- j. una cassetta contenente materiale di primo soccorso.

3.3 Requisiti strutturali da attestare nella denuncia di inizio attività:

- a. indicazione degli estremi del certificato di conformità edilizia e agibilità o presentazione di documentazione equipollente indicata dal Comune;
- b. idoneità igienico-sanitaria della struttura certificata da un parere preventivo della competente AUSL Dipartimento di Sanità Pubblica. La DIA può essere

- presentata anche in assenza del parere purché lo stesso sia stato richiesto. Non è comunque possibile iniziare l'attività senza l'acquisizione di tale parere;
- c. in caso di somministrazione di alimenti e bevande deve essere allegata l'autorizzazione sanitaria ai sensi dell'art. 2 della L. 283/62, con l'eccezione dell'utilizzo della cucina in modalità di autogestione da parte degli alloggiati (vedi paragrafo relativo alle cucine autogestite)³³.

3.4 Domanda di classificazione

Per esercitare l'attività, è necessaria l'autorizzazione del Comune competente, **previa classificazione rilasciata dalla Provincia.**

La **documentazione** per la classificazione della struttura ricettiva va prodotta all'Azienda di Promozione Turistica della Regione (A. P. T. R.):

Nella domanda vanno indicati:

- denominazione dell'esercizio;
- il proprietario della struttura;
- il soggetto responsabile della struttura;
- gli utilizzatori della struttura;
- il numero massimo dei posti letto;
- i servizi forniti oltre all'alloggio;
- la durata minima e massima della permanenza degli ospiti;
- i periodi di apertura.

Alla domanda vanno allegati:

- planimetria dell'immobile e piante di tutti i locali, dei vari piani, ad uso dell'azienda ricettiva; con indicazione della concessione edilizia e dell'uso cui ciascun locale è destinato, a firma del tecnico che ha redatto il progetto;
- relazione descrittiva a cura dello stesso tecnico;
- certificato di iscrizione (in originale o copia autenticata) in data non anteriore a tre mesi, sul registro delle Imprese (rilasciato dalla Camera di Commercio);

³³ Cfr. www.emilia-romagna.it, *Delibera della Giunta Regionale* all'allegato Case per ferie (2004).

- denuncia di attrezzature e requisiti obbligatori e fungibili (mod. presso Ufficio IAT);
- autorizzazione igienico-sanitaria rilasciata dal Comune e corredata da relazione o parere del competente Servizio ASL, predisposta ai fini del rilascio dell'autorizzazione stessa, con valutazione molto dettagliata della ricettività dell'esercizio, espressa in camere (singole, doppie, triple, etc.) e servizi igienici;
- certificato di abitabilità/agibilità;
- copia dell'eventuale convenzione di cui al paragrafo "Definizione";
- copia dell'atto costitutivo e dello statuto, al fine dell'accertamento della reale natura dell'attività;

L'autorizzazione può comprendere anche quella per la somministrazione di cibi e bevande **limitatamente alle persone alloggiate**. Con una distinta autorizzazione, può essere inoltre consentita la somministrazione di **bevande superalcoliche, sempre limitatamente alle persone alloggiate**³⁴.

4. SEZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

Dopo aver illustrato le caratteristiche delle strutture tipiche del Paese Albergo forniamo le previsioni di investimento e di sviluppo economico che possono derivarne. Lo facciamo pensando di dar vita ad un Bed & Breakfast 'tipo' a gestione familiare ospitato nella stessa abitazione dove vive il gestore dell'attività.

La casa è una struttura indipendente con piccolo giardino privato (un rustico o una villetta, ad esempio); al piano terra è ubicata la cucina, dove viene preparata la prima colazione per gli ospiti, la sala comune e la lavanderia a disposizione dei clienti.

Al piano superiore si trovano le 4 stanze doppie e i due bagni che ospiteranno i turisti; a richiesta possono essere inseriti altri 2 letti in due delle stanze (di solito per ospitare bambini).

La capacità ricettiva della struttura qui immaginata è, quindi, di 12 posti letto. Il giardino della casa è a disposizione degli ospiti; una parte del giardino ospita lo spazio

³⁴ Cfr. turismo.provincia.teramo.it, *Case per ferie*.

per stendere la biancheria. Nell'attività lavora un imprenditore a tempo pieno; la forma giuridica è quella dell'impresa individuale.

4.1 LE PREVISIONI DI FATTURATO

Le previsioni di fatturato tengono conto della stagionalità dell'attività che opera a regime da giugno a settembre e discretamente in primavera e autunno; in inverno si potrà lavorare saltuariamente in occasione di qualche evento particolare, come fiere, mostre, sagre, ecc.

Il fatturato è quindi stato calcolato mantenendo divisi i mesi di attività, come riportato nel dettaglio nella tabella che segue; ogni mese è stato ancora diviso in 4 settimane e per ogni settimana si è calcolato il numero di presenze dividendo il venerdì, il sabato e la domenica dagli altri giorni della settimana, chiamati giorni feriali.

DISTRIBUZIONE DELLE PRESENZE	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE
Venerdì	4	4	5	5	8	7	4
Sabato	4	5	5	7	8	7	5
Domenica	2	2	4	7	8	7	2
Giorni feriali	4	6	6	20	32	20	6
TOTALE	14	17	20	41	56	41	17

Il numero di presenze settimanali è stato poi moltiplicato per 4 per avere il totale delle presenze mensili. La tabella che segue riporta il totale mensile per i primi tre anni di attività; negli anni successivi al primo la struttura ricettiva sarà sempre più conosciuta, di conseguenza si è aumentato leggermente il numero delle presenze mensili nel secondo e nel terzo anno.

NUMERO PRESENZE MENSILI	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Aprile	56	57	58
Maggio	68	69	70
Giugno	80	81	82
Luglio	164	165	166
Agosto	224	225	226
Settembre	164	165	166
Ottobre	68	69	70

Il fatturato si è ottenuto moltiplicando le presenze, mese per mese, per il prezzo applicato ad ogni singola persona; il prezzo comprende, naturalmente, la prima colazione. Il tariffario applicato è quello riportato nella tabella seguente; il terzo anno è previsto un aumento dei prezzi di 5 euro a persona.

<i>Prezzo per persona</i>	
aprile	€30,00
maggio	€30,00
giugno	€35,00
luglio	€35,00
agosto	€35,00
settembre	€30,00
Ottobre	€30,00

Il fatturato ottenuto è il seguente:

anno 1: €27.060

anno 2: €27.285

anno 3: €31.700

Il bed & breakfast è, comunque, aperto anche negli altri mesi dell'anno; il fatturato derivante da questi mesi di attività può essere stimato intorno ai 3 mila euro annui che vanno sommati al volume d'affari sopra riportato. Inoltre è prevista l'offerta di servizi aggiuntivi a pagamento, quali la possibilità di utilizzare la lavanderia. A parte va anche calcolato il fatturato derivante dall'ospitalità dei bambini, alloggiati nelle camere dei genitori; il prezzo per questo servizio è stimato intorno ai 5 euro a bambino per notte. In seguito il fatturato derivante da queste attività verrà chiamato, per comodità, fatturato "extra".

Il fatturato totale, che tiene cioè conto del fatturato extra, è stato stimato intorno ai 30.000 euro il primo anno, 31.785 euro il secondo anno e 36.700 il terzo.

4.2 LA PREVISIONE DEI COSTI FISSI E VARIABILI

I costi fissi più rilevanti riguardano la spesa per l'energia elettrica, il riscaldamento ed il compenso dell'imprenditore. Alla voce "costo figurativo" dell'imprenditore sono stati inseriti 10.000 euro che rappresentano la retribuzione lorda del lavoro dell'imprenditore per il primo anno; la cifra ammonta a 11.000 euro il secondo e a 14.000 euro il terzo.

Il costo variabile è stato considerato sia per il pernottamento e prima colazione che per le attività chiamate extra. Il primo risulta pari al 15%, il secondo al 10%.

RICAVI E COSTI

Fatturato	Prima annualità	Seconda annualità	Terza annualità
Alloggio e prima colazione	€27.060,00	€27.285,00	€31.700,00
Extra	€2.940,00	€4.500,00	€5.000,00
Totale fatturato	€30.000,00	€31.785,00	€36.700,00
Acquisto materie prime (prima colazione e alloggio)	€4.060,00	€4.093,00	€4.755,00
Acquisto materie prime (extra)	€295,00	€450,00	€500,00
Reddito lordo industriale	€25.645,00	€27.242,00	€31.445,00
Ammortamenti	€5.700,00	€5.700,00	€5.700,00
Assicurazioni	€1.000,00	€1.100,00	€1.200,00
Cancelleria	€300,00	€300,00	€300,00
Commercialista	€1.000,00	€1.150,00	€1.300,00
Costo figurativo imprenditore	€10.000,00	€11.000,00	€14.000,00
Costi vari (iscrizione CCIAA, manutenzione attrezzatura, prodotti per pulizia)	€1.000,00	€1.000,00	€1.000,00
Energia elettrica, riscaldamento	€2.200,00	€2.300,00	€2.400,00
Pubblicità	€1.500,00	€1.500,00	€1.500,00
Telefono	€550,00	€600,00	€650,00
Reddito operativo	€2.395,00	€2.592,00	€3.395,00
Imposte e tasse (bisogna calcolare sul reddito d'impresa l'IRE e l'IRAP)	€	€	€
Reddito netto	€	€	€

GLI INVESTIMENTI

Gli investimenti riguardano principalmente gli adeguamenti strutturali e gli arredi necessari per trasformare un'abitazione privata in una struttura in grado di ospitare fino a 12 persone contemporaneamente. Poiché si tratta di attività di affittacamere le stanze destinate all'alloggio degli ospiti potrebbero essere ubicate anche in una "dependance" dell'abitazione stessa, quale ad esempio un ex fienile. In questo caso il costo per gli interventi di ristrutturazione sarebbe superiore a quello previsto nella tabella che segue³⁵.

Gli investimenti potrebbero essere i seguenti:

ADEGUAMENTO LOCALI	
Ristrutturazione	€13.000,00
ATTREZZATURA	
Lavatrice	€500,00
Forno a microonde	€150,00
Biancheria	€1.500,00
Impianto hi-fi	€350,00
Tv color e lettore DVD	€750,00
ARREDAMENTO	
Arredamento (4 camere)	€11.000,00
Arredamento (2 bagni)	€3.250,00
Arredamento sala comune	€2.500,00
Arredamento (giardino)	€2.000,00
Totale	€35.000,00

³⁵ Cfr. www.provincia.cuneo.it, *Bed & Breakfast. Piano d'impresa*, a cura degli Sportelli Creazione d'Impresa Misura D3 della Provincia di Cuneo, pp. 11- 14.

CONCLUSIONI

Il progetto del Paese Albergo, oggetto del seguente studio, rappresenta una formula alternativa allo sviluppo turistico tradizionale e, a mio parere, quella più idonea per la valorizzazione del patrimonio storico-architettonico e per la soddisfazione dei bisogni di quella massa di viaggiatori che ricerca una vacanza diversa dal solito.

L'elaborato è articolato in una nuova ottica di incremento turistico, che sfrutta le grandi potenzialità del luogo per l'applicazione dei cosiddetti "turismi alternativi", tra i quali troviamo proprio il Paese Albergo. Questa nuova prospettiva di sviluppo è fortemente improntata alle relazioni umane, che potrebbero offrire notevoli occasioni di miglioramento per la Sicilia, ma tuttavia ancora lunga appare la strada da percorrere per trasformare tali possibilità di sviluppo in opportunità reali e concrete.

Sebbene l'ospitalità diffusa in alcune realtà nazionali abbia riscosso notevole successo, trovando addirittura, in alcuni casi, sbocco in una apposita disciplina normativa, nella nostra regione questa nuova formula di ospitalità stenta ad affermarsi. Tuttavia i progetti non mancano. Ovviamente tale obiettivo deve fondersi con iniziative progettuali di riqualificazione ambientale e sfruttamento delle risorse naturali come volano di sviluppo economico e sociale.

Perché un progetto del genere decolli, è necessario quindi creare maggiore elasticità e predisposizione nei confronti della cultura dell'ospitalità, ma anche costruire un clima di fiducia reciproca tra gli operatori come presupposto per una loro azione comune e integrata nel territorio.

Inoltre, una destinazione come quella oggetto d'esame, prevede una forma di valorizzazione e di promozione che non trascuri le risorse nel suo insieme: per effettuare un'efficace riqualificazione della destinazione non bisogna analizzare la singola risorsa, o chiesa, o monumento, ma è necessario considerare tutto il territorio nella sua totalità.

Il mio auspicio con il presente lavoro è che gli attori e gli operatori locali competenti comincino ad avviare rapporti di tipo relazionale e volti alla cultura dell'ospitalità, acquisendo una mentalità più aperta e più propensa ad accettare presupposti multiculturali, nella speranza di riscontrare sul territorio i segni tangibili di questo cambiamento, attraverso iniziative di integrazione come il Paese Albergo.

BIBLIOGRAFIA

Gulotta, Naselli, Trapani, “*Motris, Microcentralità relazionali nel Mediterraneo, Una ricerca per la mappatura dell’offerta di turismo relazionale integrato in Sicilia*”, Ed. Gulotta 2006.

Medici, S.,”*Patrimonio edilizio e marketing territoriale: dall’ospitalità diffusa al work village*”, Comune di Vallo di Diano (ME), 2007.

Gentile, T., “*Piano di riqualificazione turistica del borgo medievale di Forza d’Agrò*”, Università degli studi di Catania, AA 2005/2006.

“*Sviluppo turistico e ambiente*”, Seminario svolto a Cagliari, 2005.

Fantauzzo, V., “*Turismo relazionale e sviluppo territoriale: Il progetto Paese Albergo*”, Università degli studi di Palermo, AA 2005/2006.

“*Progetto Ceriana Paese Albergo*”, Comune di Ceriana (IM).

De Stefanis, C.,”*Aprire e gestire un Bed & Breakfast*”, ed. Simone 2009.

”*Paesi Albergo e Botteghe di Sicilia*”, Associazione Siciliana Paese Albergo (A.Si.P.A.).

Progetto “Paese Hotel Melissa Borgo Antico”, Comune di Melissa (KR).

“*Come aprire un Bed & Breakfast*”, Associazione Nazionale Bed & Breakfast Affittacamere (A.N.B.B.A.).

“*Bed & Breakfast. Piano d’impresa*”, Provincia di Cuneo (CN).

SITOGRAFIA

www.sitvallodidiano.it

www.fidapasardegna.com

www.albergodiffuso.com

www.alberghiana.it

www.crotonesviluppo.it

www.algiardinovenezia.it

www.anbba.it

www.bedbreakfastroma.it

www.projectvillage.it

www.comune.pisa.it/turismo

www.mondocasablog.com

sportellounico.comune.torino.it

turismo.provincia.teramo.it

www.regione.piemonte.it/turismo

www.provincia.cuneo.it