

Il presente volume raccoglie una serie di contributi, uniti dalla comune tematica geo-storica applicata al governo del territorio, considerata sotto diversi aspetti e orientamenti metodologici, su scala nazionale e internazionale.

La prima sezione riunisce alcuni saggi dedicati all'ambito montano, ossia alle aree alpine, appenniniche e insulari, concepite nella loro profondità storico-sociale (Pressenda, Steinicke, Valerio, Rombai, Conti) e nelle moderne forme di sfruttamento (Cerutti, Carboni-Pintus) e rappresentazione (Dumont).

Nella seconda si è voluto trattare la questione idrologica con alcuni studi di caso sull'azione antropica orientata al controllo e allo sfruttamento dei bacini idrici (Cavallo, Leonardi, Proto, Sarno), sulle politiche ecologiche (Pioletti), sull'evoluzione diacronica di alcuni specifici corsi d'acqua, con differenti approcci metodologici, quali l'uso del telerilevamento (Favretto), della cartografia catastale (Santini), delle fonti d'archivio (Guarducci, Tizzoni).

La terza è dedicata agli scenari internazionali di ieri e di oggi: vi sono raccolti saggi sulle rappresentazioni cartografiche europee della Cina del XVII (Castelnuovi) e del Giappone del XVI sec. (D'Ascenzo), sulla ricostruzione dei flussi economici nell'Atlantico del XVI sec. (Scarlata), sulla tecnologia GIS per lo studio diacronico del territorio rumeno dal Settecento ad oggi (Osachi Costache), per finire con l'analisi dei recenti mutamenti socio-economici e territoriali del nord-est etiope (Mancini), della catena andina settentrionale (Ciervo), dell'ex Germania dell'Est (Stanganini).

La quarta, infine, apre l'obiettivo sul dialogo multidisciplinare che la ricerca geo-storica risce ad attivare, a partire dall'incontro con l'archeologia di versante (Cevasco) e con l'analisi toponomastica (Cassi) e dal 'racconto' geografico iscritto nella rappresentazione cinematografica (Vitale). La sezione comprende anche contributi di natura 'storiografica' e metodologica, con approfondimenti sui protagonisti della cartografia storica (Ferretti, Quaini), sull'evoluzione delle tecniche di rappresentazione grafica (Rossi), sul basilare ruolo della cartografia storica nell'istruzione delle coscienze (Mangani), nella ricostruzione del paesaggio (Scanu-Podda), nella storia della percezione del territorio (Siniscalchi), giungendo, in conclusione, a una considerazione sull'urgente tema 'sostenibilità e turismo' (Hendrickson).

**FrancoAngeli**  
La passione per le conoscenze

€ 48,00 (U)

ISBN 978-88-204-1956-1



9 788820 419561



1387.50.2 E. Dai Prà (a cura di) **APPROCCI GEO-STORICI E GOVERNO DEL TERRITORIO**  
2. Scenari nazionali e internazionali

Elena Dai Prà  
(a cura di)

# APPROCCI GEO-STORICI E GOVERNO DEL TERRITORIO

## 2. Scenari nazionali e internazionali



Scienze geografiche  
**FrancoAngeli**

Elena Dai Prà  
(a cura di)

# **APPROCCI GEO-STORICI E GOVERNO DEL TERRITORIO**

## **2. Scenari nazionali e internazionali**

**FrancoAngeli**

Questa pubblicazione è stata promossa da:



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI TRENTO**  
Dipartimento di Lettere e Filosofia



e realizzata grazie al contributo della Fondazione CariVerona e di:



**BIBLIOTECA  
COMUNALE  
DI TRENTO**



COMUNE DI TRENTO



**Provincia Autonoma di Trento**  
con la collaborazione della Soprintendenza  
per i Beni librari, archivistici e archeologici



Presidenza del Consiglio  
della Provincia Autonoma di Trento



CONSIGLIO REGIONALE TRENINO-ALTO ADIGE  
REGIONALRAT TRENINO-SÜDTIROL  
CUNSEI REGIONEL DL TRENINO-SÜDTIROL

In copertina: lago artificiale di Guardialfiera e il viadotto costituiti grazie  
alla diga del Liscione sul fiume Biferno (foto di Emilia Sarno)

Copyright © 2014 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa

Anno

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore.

Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota od in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali ([www.clearedi.org](http://www.clearedi.org); e-mail [autorizzazioni@clearedi.org](mailto:autorizzazioni@clearedi.org)).

Stampa: Tipom Monza, via Merano 18, Milano.









# Indice

Presentazione, di <i>Claudio Cerreti</i>	pag.	9
<i>Geografie “operative” e “visione” geo-storica</i> , di <i>Elena Dai Prà</i>	»	15

## Parte I

### **A monte e a valle. Scritture, rappresentazioni e simboli di paesaggi, dalle alte terre al piano**

Pratiche alpinistiche e rappresentazioni cartografiche: tradizione e innovazione nelle carte topografiche del Monte Bianco tra XVIII e XIX secolo, di <i>Paola Pressenda</i>	»	19
From out-migration to in-migration. Impacts on autochthonous Linguistic Minorities in the Italian Alps, di <i>Ernst Steinicke, Roland Löf- fler, Michael Beismann e Judith Walder</i>	»	32
Tra Appennino e Maremma. Beni comuni e usi civici nella Toscana lorenese, con le permanenze attuali, di <i>Leonardo Rombai</i>	»	46
La montagna come confine: le secolari dispute tra Stato Pontificio e Regno di Napoli in alcuni documenti cartografici tra XV e XIX secolo, di <i>Simonetta Conti</i>	»	60
La rappresentazione della montagna nel XIX secolo tra scienza e imitazione della natura, di <i>Vladimiro Valerio</i>	»	75
Le trasformazioni culturali, sociali ed economiche della montagna corsa attraverso lo studio della micro-regione del Niolu, di <i>Donatella Carboni e Gian Valeriano Pintus</i>	»	93
Il ruolo dell'albergo diffuso nello sviluppo turistico dei territori montani: l'esperienza italiana tra tradizione e innovazione, di <i>Stefania Cerutti</i>	»	108

## Parte II

### Acque e forme del territorio. Paesaggi, politiche, proposte

Acque e bonifica moderna in Italia. Tra macchine idrauliche e ibridi territoriali, di <i>Federica Letizia Cavallo</i>	pag.	123
Acque termali di Toscana nella cartografia e iconografia storica, di <i>Anna Guarducci</i>	»	136
Toponomastica applicata all'idrografia nelle mappe catastali dell'Isola d'Elba, di <i>Valeria Santini</i>	»	153
Alcune riflessioni sull'uso del telerilevamento nell'analisi diacronica del territorio: l'esempio del fiume Quietto (Mirna) nella penisola istriana, di <i>Andrea Favretto</i>	»	164
Il fiume Melfa nella Valle di Canneto: da sorgente prodigiosa a fonte energetica, di <i>Sandra Leonardi</i>	»	177
Idrovia Padana: l'utopia di una moderna rete di trasporti fluviali nell'Italia contemporanea, di <i>Matteo Proto</i>	»	191
Dal ponte alla diga del Liscione: attività umane e comunicazioni nel basso Biferno, di <i>Emilia Sarno</i>	»	199
La Magra: quando il fiume scorre nella storia. Dalla cultura del fiume al turismo culturale fluviale, di <i>Elisa Tizzoni</i>	»	215
Memoria e trasformazioni del paesaggio: alcune riflessioni sulla Valle d'Aosta, di <i>Anna Maria Pioletti</i>	»	228

## Parte III

### Parlare d'altrove. Il discorso geografico e il paesaggio degli altri

Forme di integrazione territoriale tra le alte e le basse terre dell'Etiopia nord-orientale, di <i>Maria Mancini</i>	»	259
Monti e fiumi della Cina secondo Martino Martini, di <i>Michele Castelnovi</i>	»	274
Gli europei e l'altrove orientale. Primi contatti e rappresentazioni del Paese del Sol levante nell'opera di un geografo e cartografo del tardo Cinquecento, di <i>Annalisa D'Ascenzo</i>	»	284
Gli affichistes, pianificatori della montagna. Lettura geostorica delle rappresentazioni sociali della montagna da fine XIX a inizio XXI secolo, di <i>Isabelle Dumont</i>	»	306

Per una geografia dei flussi commerciali tra Siviglia e l'isola di Hispaniola: l'analisi dell'almojarifazgo di Santo Domingo (1522-1548), di <i>Rosy Scarlata</i>	pag. 322
Comunità andine e organizzazione territoriale tradizionale: elementi di continuità e discontinuità, di <i>Margherita Ciervo</i>	» 338
Il fiume Argeș tra i monti Făgăraș e l'altopiano Getico (Romania). Analisi cartografica diacronica in ambiente GIS <i>open source</i> , di <i>Gabriela Osaci-Costache</i>	» 357
Lusazia 2010: a vent'anni dalla Riunificazione un paesaggio cambia volto, di <i>Laura Stanganini</i>	» 372

#### **Parte IV**

##### **Paesaggi e parole. Dentro la storia del discorso geografico**

Archeologia dei versanti montani: l'uso di fonti multiple nella ricerca geografica, di <i>Roberta Cevasco</i>	» 385
Fotografie e ritratti d'ambiente nei nomi di luogo, di <i>Laura Cassi</i>	» 400
Patrick Geddes e la sezione di valle: una geostoria dei bacini fluviali, di <i>Federico Ferretti</i>	» 408
Là dove scende il cinema, di <i>Amedeo Vitale</i>	» 419
Verso le isoipse, di <i>Luisa Rossi</i>	» 432
Un grande laboratorio geografico: la montagna alpina fra Sette e Ottocento. Il ruolo della topografia militare, di <i>Massimo Quaini</i>	» 451
Le Marche giardino. La testualizzazione del paesaggio e il suo impiego nell'istruzione delle coscienze, di <i>Giorgio Mangani</i>	» 467
Monti e acque tra passato e presente: il linguaggio cartografico come "epifenomeno" delle concezioni e percezioni del territorio attraverso alcune carte d'archivio, di <i>Silvia Siniscalchi</i>	» 485
Gestione del territorio, cartografia storica, paesaggi del passato, di <i>Giuseppe Scanu, Cinzia Podda</i>	» 501
Sustainability and Tourism Discourse: A Review of the UNESCO World Heritage Patrimony, di <i>Cary Hendrickson</i>	» 513

# *Il ruolo dell'albergo diffuso nello sviluppo turistico dei territori montani: l'esperienza italiana tra tradizione e innovazione*

di *Stefania Cerutti\**

*Vorrei raccogliere nella mia mano le vostre case per sparpagliarle come un seminatore su foreste e prati: vorrei che le valli fossero le vostre strade, e i vostri vicoli dei verdi sentieri, perché possiate cercarvi l'un l'altro.*

(K. Gibran, *Il Profeta*)

## **Abstract**

*It's a house and an hotel at the same time, for travellers who don't like to stay in an hotel; it's a new form of hospitality called "Albergo Diffuso". The main services are distributed in different buildings within the same village, according to an horizontal structure. This hospitality model has worked successfully in towns and villages in rural and mountain areas. Thanks to this approach, it is possible to re-use and revitalize old and dismissed buildings and to contribute to the development of local communities within a given territory. This paper aims to describe the Italian model, by presenting two examples in the Italian Alps.*

## **Introduzione**

L'offerta turistica italiana sta sperimentando, negli ultimi anni, nuove forme di ricettività volte a valorizzare le zone rurali e di montagna in tutte le loro specificità ambientali e culturali: sono i modelli di ospitalità diffusa, che si presentano con denominazioni e formule gestionali differenti. Tra questi rientra l'"albergo diffuso" che può essere, in sintesi, definito come un albergo "orizzontale" concepito per offrire agli ospiti l'esperienza di vita di un centro storico o di un paese abitato, alloggiando in case e camere dislocate in edifici diversi riqualificati per l'accoglienza turistica e in grado di fornire una vasta e qualificata gamma di servizi alberghieri. Nei contesti montani, il riutilizzo di strutture ed immobili presenti sul territorio, altrimenti chiusi e lasciati in

\* Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa, Università degli Studi del Piemonte Orientale "A. Avogadro".

disuso, favorisce il potenziamento della ricettività con basso impatto ambientale, contribuisce alla valorizzazione di risorse e tipicità locali, genera processi di riqualificazione e rivitalizzazione territoriale e fornisce un significativo supporto ai programmi di recupero socio-economico delle comunità ancora residenti.

Colto in questa prospettiva, un “albergo diffuso” costituisce dunque una proposta innovativa e originale di ospitalità, ma al contempo può rappresentare un interessante modello di sviluppo turistico locale, sostenibile, endogeno ed integrato.

A partire da queste considerazioni, il contributo si propone di fornire un quadro di conoscenza del fenomeno in Italia<sup>1</sup>, dal punto di vista più generale della sua evoluzione e definizione nel contesto nazionale e in particolare in ambito montano, per poi procedere alla presentazione di due casi di successo in cui la realizzazione di questo singolare albergo “che c’è ma non si vede”<sup>2</sup> si va profilando quale importante volano di processi di sviluppo locale.

## **L’albergo diffuso: una proposta ricettiva che “parla” di territorio**

Il turismo è, a livello mondiale, il settore economico che attualmente presenta i più rilevanti incrementi di fatturato. La crescita esponenziale della domanda turistica registra, in questi ultimi anni, la richiesta da parte di un numero maggiore di turisti di conoscere i luoghi visitati nella loro autenticità e di riscoprire le culture e le tradizioni locali; dal lato dell’offerta, si assiste, per contro, alla nascita di piccole strutture ricettive di qualità, ricavate del patrimonio edilizio esistente non più utilizzato, che attraverso opere di ristrutturazione rispettose degli stili architettonici e dei materiali utilizzati, sono perfettamente in grado di intercettare le tendenze di personalizzazione che oggi caratterizzano la domanda. In alcuni Paesi europei sono state avviate diverse iniziative di recupero degli edifici da parte delle istituzioni pubbliche, allo scopo di promuovere lo sviluppo rurale; sono sorte così delle strutture ricettive in edifici che un tempo erano castelli, monasteri, fattorie, case di campagna<sup>3</sup>.

Anche in Italia vengono proposte nuove forme di ospitalità che mirano alla valorizzazione delle zone montane e rurali e delle loro peculiarità ed attrattive dal punto di vista culturale e naturalistico, e l’albergo diffuso costituisce innegabilmente una tra le proposte più originali e feconde. L’idea nasce negli anni

1. Il presente lavoro costituisce parte di una ricerca *in fieri* sul fenomeno e sull’evoluzione dell’albergo diffuso in Italia; lascia dunque aperta la strada ad ulteriori sviluppi, nonché all’approfondimento di un’interpretazione di tale fenomeno secondo un approccio più prettamente geografico.

2. Definizione tratta da un articolo disponibile su [www.tafter.it/2007/02/26/1-albergo-c-e-ma-non-si-vede/](http://www.tafter.it/2007/02/26/1-albergo-c-e-ma-non-si-vede/).

3. Le proposte che hanno una maggiore visibilità e che sono ormai consolidate nel mercato comunitario, sono le catene dei Paradores spagnoli, dei Solares portoghesi e dei Gîtes de France.

Ottanta per ridare vita in Friuli ad alcuni paesi quasi del tutto distrutti dal terremoto, pensando ad uso turistico delle case ricostruite. Ma la storia vera, cioè quella delle realizzazioni, comincia in Sardegna nella seconda metà degli anni Novanta quando per la località di Bosa la Regione Sardegna emanò una normativa che prevedeva la possibilità di classificare questa nuova forma di ospitalità, riconoscendo l'albergo diffuso come un albergo sui generis, distinto dagli altri, originale nel concetto e nelle modalità gestionali (Dall'Ara, 2009 e 2010).

Un albergo diffuso (AD) si caratterizza per la diffusione orizzontale delle sue unità ospitali, collocate in più edifici, anche separati, preesistenti ma vicini tra loro: case e camere non devono distare più di duecento metri dal "cuore" dell'albergo diffuso, cioè dallo stabile in cui sono situati la *reception*, gli ambienti comuni, l'area ristoro. L'albergo diffuso non è una sommatoria di case, ma una vera e propria struttura ricettiva alberghiera unitaria e originale. Inseriti in contesti di interesse storico e culturale, gli edifici che lo compongono sono di norma abitazioni di pregio ma anche strutture tipiche o appartenenti al patrimonio edilizio locale tradizionale, ristrutturato e riqualificato in modo tale da coniugare i *comfort* dei servizi con l'autenticità che proposta vuole mantenere e veicolare.

L'elemento che dà originalità alla proposta è che gli AD sono allestiti in centri storici di città medio-piccole oppure in borghi e paesi per dare ai propri ospiti la possibilità di sperimentare l'esperienza di vita di questi contesti, avviando relazioni ed intrattenendo rapporti interpersonali con i residenti e con gli altri ospiti. È in tal modo che, più che clienti di un albergo, si diviene per qualche giorno parte di una comunità: gli ambienti vengono quindi concepiti per residenti temporanei e non per turisti. Il paese o il borgo che li vuole accogliere, anche se di piccole dimensioni, si deve presentare come una realtà viva, animata, e dotata di tutti i servizi di base (passeggiata, negozi, farmacia, chiesa, edicola, bar, *Pro Loco*, ecc.). Un AD può lavorare dodici mesi l'anno, «perché propone un'offerta, un luogo abitato, che non è legato alla stagionalità». Perché questo accada i corridoi dell'albergo diffuso devono essere le strade; alla *hall* tradizionale si deve aggiungere una *hall* esterna, il vicinato (Dall'Ara, 2010).

L'albergo diffuso si profila dunque come una formula di tendenza, volta ad offrire il meglio dell'ospitalità in casa (l'autenticità) e il meglio dell'ospitalità in albergo (accoglienza, assistenza, spazi comuni, professionalità), il cui successo può trovare salde e feconde radici nella cultura ospitale del nostro paese, ovvero in quel sistema turistico che in passato si connotava per la ricchezza e la diversità di offerte minori, diffuse e non omologate (quali locande, taverne, ostelli, pensioni, ecc.).

Ad oggi il "modello AD" è presente in dodici regioni italiane<sup>4</sup>, classificato e normato da quattro regioni (Sardegna, Friuli, Marche, Valle d'Aosta), previsto

4. Ma l'albergo diffuso non è riconosciuto solo dalle Regioni; il termine ha fatto il suo ingresso ufficiale nella lingua italiana e dal 2006 figura anche nel dizionario Zanichelli.

da altre sette (Campania, Lazio, Umbria, Liguria, Toscana, Veneto, Basilicata) e identificato di fatto anche in Molise, Abruzzo e Puglia quale modello di riferimento per il rilancio del turismo dei centri minori “che hanno alle spalle grandi storie” (ADI, 2008). Gli alberghi diffusi che hanno dato vita all’Associazione Nazionale ADI sono attualmente oltre cinquanta, collocati principalmente nell’Italia centrale, dove è più sentito il turismo nei borghi. L’idea è stata altresì presentata nel 2010 in Corsica e si prevede che, oltre a Croazia e Svizzera, in futuro si possano aprire alberghi diffusi anche nell’isola francese.

Numerose sono le declinazioni emerse negli ultimi anni, a dimostrazione del fatto che l’albergo diffuso sia alternativo all’ospitalità convenzionale anche per la sua elasticità. Mentre alcuni, offrono convenzioni con negozi, produttori e ristoranti della zona, altri assumono particolari tematismi: nel panorama nazionale sono infatti presenti AD con differenti formule organizzative e tipologie gestionali<sup>5</sup>, dal “paese albergo” o “borgo albergo” all’albergo diffuso musicale o letterario<sup>6</sup>, dall’albergo diffuso con soggetti-capofila di natura pubblica a quello che rappresenta società e *partnership* pubblico-private.

Nel novero dei copiosi ed importanti riconoscimenti ottenuti da questa proposta tutta “*Made in Italy*”, innovativa ed originale, si possono ricordare:

- nel 2007 l’idea di “risparmio” del territorio, conseguibile mediante la realizzazione di un albergo diffuso, è stata premiata con la Bandiera Verde di *Legambiente*;
- 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 sviluppo;
- nel 2010 il *New York Times* ha definito tale modello come “semplice e geniale”<sup>7</sup>;
- nel 2010 il progetto di ospitalità “Albergo Diffuso” ha ricevuto il premio “*Turismo Responsabile 2010*” in occasione della BIT di Milano;
- nel 2010 esso è stato inoltre premiato come “Miglior idea di impresa nel turismo” ricevendo il *Global Award 2010*; la premiazione ufficiale si è tenuta a Londra nel corso della fiera internazionale *World Travel Market*.

5. La gestione di un albergo diffuso non va vista come un aspetto secondario; il gestore di un AD deve preoccuparsi di caratterizzare l’albergo con uno stile aderente alla cultura del luogo, creare e gestire filiere, mantenere rapporti con realtà produttive, artigianali, commerciali, dare il proprio contributo per rendere appetibile ed animare il territorio.

6. Gli alberghi diffusi possono assumere un tema che caratterizzi la loro proposta ospitale. *Sas Benas di Santulussurgiu* è ad esempio un albergo diffuso che ha per tema la musica: molte delle sue camere si trovano nella vecchia casa della musica del paese e custodiscono diversi strumenti musicali anche di pregio. La gestione dell’albergo fornisce inoltre la possibilità di partecipare a laboratori ed eventi musicali. In un albergo diffuso letterario si possono, invece, trovare libri nelle stanze, menu letterari, con richiami cioè a testi nei nomi, nei decori e negli arredi, organizzazione di serate letterarie.

7. Albergo diffuso viene tradotto letteralmente in inglese come *scattered hotel* o *extended hotel*. Resta comunque l’unica formula di ospitalità conosciuta anche all’estero con il nome in italiano.

Si tratta dunque di una proposta che è andata conquistando sempre maggior attenzione nonché visibilità e prestigio a livello nazionale ed internazionale, in virtù della propria portata innovativa, della creatività che ne contraddistingue forma e organizzazione e della capacità di contribuire efficacemente all'evoluzione del turismo e del territorio, alla valorizzazione delle sue componenti e risorse. Territorio che può essere inteso come “palinsesto di stratificazioni” (Carta, 1999) ma anche interpretato, citando Magnaghi (2000), come «un'opera d'arte: forse la più alta, la più corale che l'umanità abbia espresso. I luoghi sono soggetti culturali, “parlano”, dialogano del lungo processo di antropizzazione attraverso il paesaggio, restituiscono identità, memoria, lingua, culture materiali, messaggi simbolici e affettivi».

È in questo senso che i segni materiali e immateriali della cultura che stanno in un luogo – e che un albergo diffuso riattiva o contribuisce a rimettere in gioco – possono costituire le risorse privilegiate di una progettualità strategica e trasformarsi in un vantaggio competitivo del territorio; e questo vale soprattutto per le aree fragili, marginali, periferiche (montane, rurali, ecc.). Possono essere usate come “prese” (Berque, 1990) per sviluppare il territorio ed avviare una connessione reticolare tra luogo ed attori sociali e ambientali in modo transcalare e multicentrico; colte in questa prospettiva, tali risorse possono così divenire l'espressione coerente di un progetto culturale di sviluppo locale<sup>8</sup> delle comunità, che diventano esse stesse territorio e che tendono a ricostruire con la terra quei legami che la modernità ha dissolto.

## **L'esperienza italiana degli alberghi diffusi in ambito montano**

“Una vacanza che invita a condividere i gesti e i ritmi della gente di qui, a contatto con le tradizioni, la storia, la cultura e soprattutto con la quotidianità. Potete scegliere se farvi coinvolgere dalla vita del paese o stare a osservarla in tutta pace. Ma noi vi consigliamo di accettare l'invito a entrare nei ritmi, nelle faccende, nei gusti locali. A sentirvi un po' di quassù insomma. Scoprirete che è un'esperienza rigenerante. Solo l'Albergo Diffuso evidenzia così tanto lo spirito schietto e cordiale della vita di montagna e rende partecipi dei tempi, dei mestieri, dei luoghi, dei profumi perfino... Sapete perché? Perché vi propone di “abitare”, vi invita a conoscere le vie, ad incontrare le persone, a conoscere. Ecco, potremmo dire che l'Albergo Diffuso è una formula per turisti curiosi del mondo. Che coniuga le comodità dell'ospitalità alberghiera alla massima libertà abitativa”. Così si presenta l'“*Albergo diffuso Sauris*” – posto nel cuore delle montagne della Carnia, in Friuli Venezia Giulia – condensando efficacemente in questa descrizione gli elementi che connotano questa proposta ospitale nei contesti montani<sup>9</sup>.

8. Per un approfondimento relativo al concetto di sviluppo locale si vedano: Dematteis, 2001 e Dansero, Governa, 2005.

9. [www.albergodiffusosauris.com/web/it/](http://www.albergodiffusosauris.com/web/it/).

Considerato da più parti quale “terza via” per lo sviluppo turistico alpino, si rileva un importante strumento mediante cui fare comunità per essere competitivi. Favorendo la creazione di nuovi luoghi sul territorio preposti a stimolare momenti di incontro e di aggregazione tra la popolazione residente e i visitatori provenienti dall'esterno, l'albergo diffuso partecipa: alla creazione di nuove occasioni di visita al territorio; alla rivitalizzazione del tessuto sociale locale, nell'ambito di nuove occasioni di fruizione turistica; alla messa in rete e alla promozione di tutto il patrimonio storico-culturale esistente in modo che possa essere raccolto e censito, oltre che diffuso tra i visitatori e messo a disposizione di tutta la comunità.

Alla luce delle analisi condotte e delle considerazioni maturate e sin qui presentate, è infatti possibile constatare come la realizzazione di alberghi diffusi in aree montane abbia innegabilmente contribuito a veicolare l'identità locale e valorizzare i paesaggi ambientali e culturali; a generare un ritorno socio-economico, anche significativo, per le popolazioni locali e per le attività che le riguardano; a riattivare produzioni originarie e tipiche, sia agroalimentari, che artigianali; a limitare lo spopolamento di borghi e borgate alpine; a recuperare parte del patrimonio e architettonico dei paesi, avendo cura di mantenere stili e tradizioni; a vivere e far rivivere un territorio “aperto” tutto l'anno. Un albergo diffuso si profila dunque come centro di villeggiatura esperienziale che permette il soggiorno in un ambiente naturale rigenerante e “solitario”, lontano dai circuiti e dalle destinazioni montane note e frequentate.

La diversificazione stagionale e spaziale dell'offerta turistica che la sua attivazione consente di riguardare, unitamente all'affermarsi di una serie di buone pratiche orientate allo sviluppo armonico e sostenibile, consente di verificare come l'albergo diffuso non limiti il suo ruolo alla sola funzione ricettiva ma divenga opportunità concreta di rilancio e sviluppo per i centri minori.

Dal punto di vista della *vision*, il “modello AD” mira allo sviluppo durevole di aree svantaggiate; si articola in una proposta di riqualificazione territoriale da utilizzare come supporto ed integrazione ai programmi di recupero socio-economici delle comunità locali e come occasione di impresa in coerenza con il contesto culturale, ambientale ed urbanistico.

I progetti e le opportunità di sviluppo di un albergo diffuso rientrano in uno scenario più ampio di azioni mirate alla valorizzazione dei territori montani; sia la fase di sensibilizzazione delle popolazioni locali che quella successiva di allestimento vero e proprio dipendono fortemente dalla capacità dei soggetti coinvolti, e in particolare delle istituzioni pubbliche, di attirare e attivare energie ed investimenti. La maggior parte degli alberghi diffusi sono stati infatti realizzati grazie ai finanziamenti regionali e comunitari a sostegno delle aree rurali (come i Programmi Obiettivo 2 e LEADER<sup>10</sup> I-II e + o i Progetti

10. A partire dagli anni '80, sotto la spinta delle iniziative comunitarie a favore del turismo rurale, diversi GAL (Gruppi di Azione Locale) si sono attivati per finanziare ristrutturazioni di case, ed il loro recupero a fini turistici.

strategici locali *Alpine Space* e *Central Europe*). Gli strumenti attivati hanno riguardato: il sostegno a soggetti privati, il sostegno alle amministrazioni locali, gli incentivi alle piccole e medie imprese e a quelle no-profit, la formazione degli addetti, lo sviluppo di strategie di promo-commercializzazione nell'ottica di creare una rete stabile e collaborativa tra i numerosi attori coinvolti da questa progettualità di ampio respiro e portata.

## Alcuni casi di eccellenza di ricettività diffusa in contesti alpini

Nei contesti alpini si sono moltiplicate, negli anni più recenti, numerose proposte di ricettività diffusa. La ricerca condotta si è soffermata, in particolare, sull'analisi di alcune realtà operative, presentando in questo contributo due esperienze ritenute significative: l'“*Albergo diffuso Forgaria Monte Prat*” e il “*Paese-albergo Saint-Marcel*”<sup>11</sup>.

L'altopiano di Monte Prat si sviluppa nel cuore del Friuli, su uno splendido balcone naturale ad un'altitudine media di 800 metri sul livello del mare. Disteso ai piedi del maestoso Monte Cuar, offre uno spettacolare panorama sulla pianura friulana con il suggestivo distendersi del fiume Tagliamento; nelle sue vicinanze si trova la Riserva Naturale del lago di Cornino, popolata da maestosi grifoni. Una verde distesa di pascoli e malghe di prati e borghi rurali ristrutturati, dove si trovano le case dell'Albergo Diffuso, uno dei primi ad essere avviato nella regione Friuli Venezia Giulia, nel maggio 2003. L'idea di adibire i fabbricati agricoli (il più antico datato 1775) a case per turisti è nata spontaneamente da alcuni compaesani, dopo che l'avvento dell'industria a partire dagli anni Cinquanta e il grande terremoto del 1976 avevano condotto all'abbandono quasi totale del promontorio<sup>12</sup>. Gli alloggi che compongono l'albergo diffuso infatti sono principalmente vecchie case della transumanza, ristrutturate nel rispetto della tipologia tradizionale della seconda metà dell'800.

Nel complesso gli *chalet*, le ville, le case d'epoca e tradizionali facenti parte dell'AD sono ventuno, incorniciati da uno splendido paesaggio che ne cambia l'aspetto con il mutare delle stagioni; isolate oppure inserite in piccoli borghi o borgate alpine, si trovano in spazi intervallati da prati stabili e radure boschive uniti tra loro da antichi sentieri. Lo *slogan* prescelto, “rallenta il tuo tempo

11. Le informazioni raccolte per l'analisi e la stesura dei casi di studio sono state tratte dai siti internet, arricchite da interviste ai responsabili delle realtà prescelte e, nel caso di Saint-Marcel, anche da una visita *in loco*.

12. Quando si riprese a ristrutturare ed edificare sull'altipiano di Monte Prat, la popolazione si rese conto dell'importanza della tipicità dei fabbricati. Venne allora fatto un censimento di tutti i fabbricati posti sull'altipiano, che portò alla creazione del “Parco di conservazione di Monte Prat” e grazie ad un piano regolatore creato *ad hoc*, vennero date direttive chiare sulle caratteristiche che dovevano e devono tuttora avere le case edificate e ristrutturate.

nelle nostre case di un tempo”, sintetizza una proposta di turismo che garantisce lentezza e tranquillità in un contesto piacevole e incontaminato.

La formula ospitale offerta è corredata da una serie di servizi e possibilità aggiuntive per conoscere e apprezzare il territorio, legate alla storia locale, alla cultura, al benessere, tra loro fortemente correlate e marcatamente incentrate sulle caratteristiche ambientali ed identitarie di questo territorio. Lo sport può essere considerato quale tramite conoscitivo ed esperienziale; le attività che si possono praticare nella zona o nelle aree circostanti sono molteplici. La morfologia pianeggiante dell’altipiano facilita le passeggiate lungo le strade asfaltate che lo attraversano; sono stati altresì ripristinati i sentieri secolari per le escursioni sul Monte Prat alla scoperta delle case abbandonate, dei pozzi anticamente utilizzati per abbeverare gli animali, degli affascinanti boschi di faggio. Gli itinerari e i laboratori consigliati nella zona riguardano, oltre alle escursioni, la visita della Riserva naturale del lago di Cornino, della Casa della manualità rurale, del Parco archeologico di Castelraimondo, di una Fattoria didattica. Altre discipline sportive sono: ciclismo, parapendio, pesca, kayak e arrampicata. Particolarmente innovativa risulta la proposta BiCi Diffusa<sup>®</sup>, nata da un’idea congiunta di cinque alberghi diffusi della regione Friuli Venezia Giulia per far vivere agli ospiti esperienze uniche in bicicletta per tutto l’anno. “Forgaria Monte Prat” aderisce alla rete nazionale degli alberghi diffusi (ADI), al Club di Prodotto “Albergo Diffuso” del Friuli Venezia Giulia, alla Scuola Internazionale di Sviluppo di Alberghi Diffusi (SISAD); per il suo impegno a svolgere azioni semplici ed efficaci per ridurre l’impatto sull’ambiente e migliorare il comfort degli ospiti ha ottenuto l’Ecolabel “Legambiente Turismo”. L’utilizzo di tecnologie innovative contraddistingue questa realtà ricettiva e ne connota l’efficace strategia di promo-commercializzazione, basata su un ottimo sistema di prenotazione *on-line* nonché su modalità di condivisione delle informazioni e di comunicazione mediante alcuni social network.

Analogamente all’albergo diffuso, il “Paese Albergo” si propone come nuova formula di ricettività sostenibile basata su una gestione collettiva dei posti letto disponibili in un territorio comunale, affittando case, appartamenti e alloggi che altrimenti rimarrebbero sfitti. In Valle d’Aosta, dal 2008, è attivo il “Paese Albergo Saint-Marcel”<sup>13</sup>: si tratta di un progetto certamente ambizioso che ha trovato la sua concreta realizzazione in un piacevole contesto ambientale dalle molte e differenti potenzialità turistiche, spesso sconosciute anche ai valdostani. È stato ideato ed implementato dall’Associazione locale “*Lou Tourbilliet Paese Albergo Saint-Marcel*” con l’obiettivo di proporre la *Vallée*, passando anche attraverso la scoperta di questo territorio, del suo patrimonio paesistico e culturale e della sua gente. Secondo i fautori nonché gestori di questa

13. Vanno fatte alcune precisazioni: il “Paese albergo” non prevede al momento la presenza di una *reception* e nemmeno il rispetto delle distanze tra essa e le case che lo compongono. Esso non rientra nei parametri normativi previsti per l’AD dalla Regione Valle d’Aosta – LR del 2011 – in quanto è l’intero paese con i suoi abitanti/operatori ad essere concepito come albergo, non solo il polo delle case destinate alla ricettività diffusa.

proposta, il turismo può e deve costituire il punto di partenza per una nuova vita di questo piccolo comune, meno noto e non inserito nei tradizionali circuiti turistici, e può fungere da integratore di reddito per i cittadini perché rappresenta un volano per tante altre attività. Proprio da qui nasce il nome scelto per l'Associazione; nella lingua *patois* il termine "*tourbiillet*" indica la ruota a pale (in legno di ontano) posta nella parte inferiore del mulino che mossa dall'azione dell'acqua mette in moto le macine di pietra per la molitura dei cereali; come precisato dai responsabili "noi vogliamo essere questo: il motore propulsore per il paese e le sue attività". Paese Albergo è il neologismo utilizzato per tradurre in chiave moderna un'ospitalità che da sempre fa parte della gente di montagna e che si vuole far rivivere. Attualmente le case a disposizione sono cinque (di cui una casa vacanze<sup>14</sup>), per un totale di cinquantasette posti letto prenotabili *on line*: sono dislocate nelle numerose frazioni che risalgono il Vallone di Saint-Marcel (da 600 m a 1200 m di altitudine) e che custodiscono un castello, oratori, un santuario, alcuni mulini e forni per il pane, incisioni rupestri, zone minerarie, acque sorgive (le famose "acque verdi").

Oltre alla finalità fondamentale di sviluppare e promuovere una nuova formula ospitale, l'Associazione si prefigge alcuni scopi correlati, secondo quanto stabilito dal suo Statuto ovvero: favorire la diffusione di una cultura dell'accoglienza nel territorio di Saint-Marcel; favorire un'educazione turistica nell'ottica di uno sviluppo sostenibile con l'ambiente; valorizzare, promuovere, integrare l'attività degli associati nell'erogazione di servizi rivolti ai turisti al fine di identificare il territorio di Saint-Marcel come Paese Albergo; promuovere, organizzare e gestire eventi e altre iniziative finalizzate alla valorizzazione del territorio nelle sue componenti sociali, culturali, tradizionali, turistiche ed economiche anche in collaborazione con altri enti sia pubblici che privati; attuare e gestire iniziative di formazione professionale a favore dei propri associati anche in collaborazione con altri enti sia pubblici sia privati. Le azioni si sviluppano quindi su più fronti, ponendo attenzione non soltanto ai proprietari delle case (che sono comunque la componente fondamentale per avere la ricettività), ma anche a tutti gli altri operatori presenti nella comunità: l'intento è quello di creare una rete di soggetti stabile e collaborativa per rilanciare le attività economiche e culturali del paese facendo in modo che una migliore qualità della vita dei residenti si traduca in una maggiore capacità attrattiva di residenti e ospiti temporanei.

Nel giugno 2010 "*Lou Tourbiillet Paese Albergo Saint-Marcel*" ha organizzato con il Segretariato permanente della Convezione delle Alpi, e la partecipazione di *Slow Food* e di altri soggetti istituzionali ed economici, un importante convegno internazionale con l'intento di comparare realtà attive in ambito turistico e culturale a scala europea.

14. Recentemente hanno aderito, in qualità di soci ordinari, due nuove attività ricettive: un affittacamere e un B&B.

Fig. 1 - Locandina Convegno Saint-Marcel

www.Matthias.Kottler - www.Stefano.Venturi

# ESPERIENZE DI TURISMO IN AMBIENTE ALPINO INNOVAZIONE E BUONE PRATICHE cultura alpina a confronto

## CONVEGNO INTERNAZIONALE

**SAINT-MARCEL AOSTA**  
zona castello  
**12/13 giugno 2010**

Sabato a partire dalle ore 15  
**II<sup>a</sup> edizione LOU PAGNI**  
i prodotti della terra a km 0  
ore 21,30 "TROUVEUR VALDOTÈN" in concerto

INFO PROGRAMMA  
[www.regione.vda.it](http://www.regione.vda.it)  
[www.alpconv.org](http://www.alpconv.org)  
[www.paesealbergosaintmarcel.it](http://www.paesealbergosaintmarcel.it)

Promosso da

in collaborazione con

**Valle d'Aosta  
Vallée d'Aoste**

**LOU PAGNI**  
Paese di Saint-Marcel

**CONFEDERAZIONE DELLE ALPI**

**Valle d'Aosta  
Vallée d'Aoste**

**Comité  
Français**

**SANT-MARCEL**

**inty/Up**

**BCC Valdostana**

**2**

Fonte: [www.paesealbergosaintmarcel.it/images/stories/locandina.jpg](http://www.paesealbergosaintmarcel.it/images/stories/locandina.jpg)

Come precisato da Antonella Grange – socio fondatore e segretaria dell'Associazione – «il Paese Albergo è una filosofia, non è la forma di ricettività *tout court*. Si è voluto immaginare l'intero territorio comunale di Saint-Marcel come un Paese Albergo, come un sistema, un grande contenitore all'interno del quale far interagire tutte le forze locali presenti: le attività ricettive, agricole, commerciali, di servizi e artigianali, le numerose associazioni di volontariato, i proprietari di case, le singole persone. L'intera comunità locale viene coinvolta nella promozione del proprio territorio». L'Associazione è nata infatti con lo scopo di favorire «lo sviluppo di una comunità locale accogliente nel cuore delle Alpi», dove il turista viene calato nella tradizione locale e nella quotidianità degli abitanti.

## Conclusioni

L'albergo diffuso rappresenta un progetto di ospitalità integrato nel territorio, nella sua cultura e nel suo tessuto sociale, in grado di coniugare tradizione e innovazione attraverso una proposta di turismo relazionale, di comunità, leggero e sostenibile. Anima i centri storici e i borghi montani stimolando iniziative e coinvolgendo i produttori locali considerati come componente chiave dell'offerta. Grazie all'autenticità della sua formula ricettiva, alla vicinanza delle strutture che lo compongono e alla presenza di una comunità di residenti, riesce a proporre, più che un soggiorno, un'esperienza; soddisfa infatti le richieste di quei turisti e viaggiatori decisamente più *savies*, attenti, sofisticati che acquistano non più un servizio, un prodotto o un pacchetto, ma un vero e proprio stile di vita.

L'analisi comparativa dei casi esaminati mette in risalto come l'idea di trasformare in nuove strutture ricettive il patrimonio architettonico esistente, sia nato dall'esigenza di rinnovare il territorio rurale e montano recuperando gli spazi non più utilizzati a causa dello spopolamento dei centri storici, favorendo allo stesso tempo lo sviluppo turistico e quindi economico, dell'ambiente di primo riferimento, anche attraverso l'utilizzazione dei moderni strumenti del marketing turistico e delle nuove tecnologie in tema di informazione e comunicazione. I territori in cui sono state avviate queste iniziative innovative di ospitalità diffusa, stanno vivendo una fase positiva di valorizzazione e riscoperta delle tipicità locali attraverso l'offerta di un soggiorno in luoghi che possiedono una sempre maggiore dotazione di servizi efficienti. I primi periodi di attività dimostrano la validità dell'offerta turistica posta in essere in considerazione della reale capacità di integrazione dei redditi della popolazione locale e di sostegno alle attività commerciali presenti nella località di riferimento.

Questo tipo di progetto turistico serve, quindi, per riaffermare il ruolo di una comunità nella sua crescita socio culturale e ad assecondare una domanda sempre più crescente di autenticità e qualità da parte dei turisti. Come sostiene Pascolini (2008), «la montagna, oltre ad essere protagonista dei cambiamenti che la toccano, è anche un laboratorio privilegiato per comprendere dinamiche che hanno dimensioni globali».

## Bibliografia

- ADI (Associazione Nazionale Alberghi Diffusi) (2008), *Albergo Diffuso Newsletter*, giugno-luglio 2008 (disp. in: [www.albergodiffuso.com/newsletter.html](http://www.albergodiffuso.com/newsletter.html)).
- Berque A. (1990), *Mediance du milieu en paysages*, Gip Reclus, Montpellier.
- Carta M. (1999), *L'armatura culturale del territorio. Il patrimonio culturale come matrice di identità e sviluppo*, FrancoAngeli, Milano.
- Corvo P. (2007), *Turisti e felici? Il turismo tra benessere e fragilità*, Vita e Pensiero, Milano.
- Dall'Ara G., Esposto M. (2005), *Il fenomeno degli alberghi diffusi in Italia*, Palladino Editore, Campobasso.
- Dall'Ara G., a cura di (2006), *Come sviluppare un piano di sviluppo turistico territoriale. Normativa, marketing, casi di eccellenza*, Halley Editrice, Matelica.
- Dall'Ara G., a cura di (2009), *Le nuove frontiere del marketing nel turismo*, FrancoAngeli, Milano.
- Dall'Ara G. (2010), *Manuale dell'albergo diffuso. L'idea, la gestione, il marketing dell'ospitalità diffusa*, FrancoAngeli, Milano.
- Dansero E., Governa F. (2005), "Geografia e sviluppo locale: itinerari di riflessione e prospettive di ricerca", *Geotema*, 26, pp. 5 -6.
- Dematteis G. (2001), *Per una geografia della territorialità attiva e dei valori territoriali*, in Dematteis G., Bonora P., a cura di, *SloT quaderno 1*, Baskerville, Bologna, pp. 11-30.
- Gomarasca F. (2010), "Albergo diffuso, urge disciplinarlo", *Pianetahotel*, ott. 2010, p. 72.
- Magnaghi A. (2000), *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Magnaghi A. (2001), *Rappresentare i luoghi*, Alinea, Firenze.
- Parisi G., Andreotti S. (2010), *Ripensare il turismo nelle Alpi. Nuovi modelli di sviluppo per i territori montani*, in Corrado F., Porcellana V., a cura di, *Alpi e ricerca. Proposte e progetti per i territori alpini*, FrancoAngeli, Milano.
- Pascolini M., a cura di (2008), *Alpi che cambiano. Nuovi abitanti, nuove culture, nuovi paesaggi*, Forum Edizioni, Udine.
- Rizzi P., Scaccheri A. (2006), *Promuovere il territorio. Guida al marketing territoriale e strategie di sviluppo locale*, FrancoAngeli, Milano.
- Romano M.F. (2008), *Nuovi turismi. Strumenti e metodi di rilevazione, modelli interpretativi*, ETS Edizioni, Pisa.
- Sangalli F. (2007), *Le organizzazioni del sistema turistico*, Apogeo, Milano.
- Susio B., Ceschin F., Montanari S. (2007), *Territori strategici. Modelli di pianificazione per lo sviluppo dei sistemi locali*, FrancoAngeli, Milano.
- Touring Club Italiano (2011), *Guida Alberghi Diffusi*, TCI Editore, Milano.
- Williams G., "Saving Towns by Filling Rooms in Italy", *The New York Times*, 19/5/2010.

## Sitografia

[www.albergodiffuso.com](http://www.albergodiffuso.com)  
[www.albergodiffuso.net](http://www.albergodiffuso.net)  
[www.albergodiffuso.org](http://www.albergodiffuso.org)  
[www.alberghidiffusi.it](http://www.alberghidiffusi.it)  
[www.sisad.it/it/home\\_page](http://www.sisad.it/it/home_page)  
[www.albergodiffusosauris.com/web/it](http://www.albergodiffusosauris.com/web/it)  
[www.montepreat.it](http://www.montepreat.it)  
[www.paesealbergosaintmarcel.it](http://www.paesealbergosaintmarcel.it)