

La città intraprendente

Comunità contrattuali e sussidiarietà orizzontale

A cura di Grazia Brunetta e Stefano Moroni



Carocci editore

Indice

- Prefazione: il contributo delle comunità contrattuali oo
all'ideale della sussidiarietà
di Grazia Brunetta, Stefano Moroni
1. Introduzione: verso una teoria generale delle comunità contrattuali
di Stefano Moroni
 2. La comunità residenziale di San Felice a Milano
di Alice Beretta, Francesco Chiodelli
 3. Esperienze di cohousing a Milano e Torino
di Valeria Baglione, Francesco Chiodelli
 4. Gli orti collettivi a Milano
di Maddalena Falletti
 5. L'albergo diffuso di Sessanio
di Valeria Baglione, Ombretta Calderice, Francesco Chiodelli
 6. Le proprietà collettive di Cento e Cortina D'Ampezzo
di Francesco Minora
 7. L'associazionismo diffuso a Partigiano
di Emiliano Frediani, Silvio Boccalatte

8. Conclusioni: dimensioni sociali e organizzative di una teoria generale delle comunità contrattuali oo
di *Grazia Brunetta*

Riferimenti bibliografici

L'albergo diffuso di S. Stefano di Sessanio

di Valeria Baglione, Ombretta Caldarice
e Francesco Chiodelli

5.I Introduzione*

Il recupero, la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico (inteso sia nel senso di patrimonio edificato, sia nel senso di tradizioni della comunità insediata) così come la promozione economica, sociale e culturale di aree particolarmente svantaggiate del paese sono attività che spesso si suole associare univocamente all'iniziativa ed all'intervento pubblico. In questo senso, il caso dell'albergo diffuso di S. Stefano di Sessanio rappresenta un'eccezione significativa, caratterizzandosi sin da subito come un'iniziativa imprenditoriale privata fondata sul recupero e la valorizzazione del patrimonio di un piccolo borgo rurale dell'entroterra abruzzese, con l'effetto di contrastarne il declino economico e lo spopolamento, attraverso la promozione di una vocazione turistica fino ad allora sconosciuta, fondata sul recupero delle specificità locali e la tutela del territorio.

Con "albergo diffuso" si intende una struttura alberghiera le cui componenti sono dislocate in immobili diversi ma limitrofi, e a gestione unitaria. I diversi edifici che compongono l'albergo diffuso sono solitamente ubicati all'interno del centro storico di un piccolo borgo, montano o rurale, a breve distanza tra di loro¹: stanze e appartamenti sono localizzati in diversi immobili, mentre un'unità centrale, collocata in una zona intermedia, include servizi e spazi comuni (ad esempio ricevimento, assistenza, sale comuni, bar, ristorante e spazi di vendita di prodotti locali). La gestione della struttura è comunque sempre unitaria, indipendentemente dalla distribuzione e soprattutto dalla proprietà degli immobili. In termini generali la gestione può essere distinta dalla proprietà (tra proprietari degli immobili e società di gestione viene in questo caso stipulato un contratto di locazione alberghiera), oppure coincidente con la stessa (è il caso in cui vi è un unico proprietario che è anche gestore, o in cui i diversi proprietari sono riuniti in consorzio o società cooperativa/di capitali attraverso cui viene gestita la struttura²).

Caratteristica centrale dell'albergo diffuso è il suo insediarsi all'interno di una "comunità ospitante" (Dall'Ara, Esposto, 2005; Dall'Ara, 2010), ossia all'interno di un nucleo abitato (usualmente, come detto, un piccolo

borgo montano o rurale), la simbiosi e l'interazione con il quale costituiscono uno dei punti principali di attrattività di tale forma ricettiva. Questa caratteristica è connessa anche al fatto che, spesso, l'albergo diffuso non si configura come una mera iniziativa imprenditoriale a scopo di lucro, ma mira anche ad essere un progetto di sviluppo e conservazione del territorio, con l'obiettivo di valorizzare qualità, risorse e vocazioni locali: spesso i progetti comportano attività di recupero e conservazione del patrimonio architettonico, artistico, culturale ed identitario dei centri storici nei quali si insediano e - interagendo con la rete delle produzioni locali – innescano processi di sviluppo economico locale contribuendo al loro ripopolamento³ (Dall'Ara, Eder, Raggi, Scullica, 2010).

In questo senso una definizione sintetica delle caratteristiche dell'albergo diffuso può essere considerata quella di Dall'Ara (2010, pp. 22-3): «Una struttura ospitale composta da due o più edifici diversi e preesistenti, localizzati in un centro storico di un borgo o di una città, in presenza di una comunità ospitante anch'essa preesistente, gestita in modo unitario dal punto di vista commerciale, dell'organizzazione e della cooperazione con i soggetti locali, il cui stile gestionale è integrato nel territorio e nella sua cultura [...] dotata di servizi di standard alberghiero nell'accoglienza, nell'assistenza, nella ristorazione».

FIGURA 7
Localizzazione



Elaborazione di Maddalena Falletti.

Quella dell'albergo diffuso è una formula squisitamente *made in Italy* (Paniccia, Pechlaner, Valeri, 2007). L'idea prende origine in Carnia (Friu-

li), a seguito del terremoto del 1976, dall'opportunità di utilizzare a fini turistici alloggi e borghi disabitati. Sono degli anni Ottanta i primi tentativi di concretizzare l'idea, ma è solo a metà degli anni Novanta, in Sardegna, che viene realizzato il primo albergo diffuso. Sempre agli anni Novanta risalgono le prime leggi regionali che riconoscono il modello, eliminando gli ostacoli di tipo normativo che fino ad allora avevano contribuito a renderne difficoltosa la realizzazione⁴. Ad oggi questa formula turistica-ricettiva conta oltre 30 realtà, diffuse in diverse regioni italiane⁵.

5.2 Analisi del caso

S. Stefano di Sessanio è un borgo medievale fortificato, di circa 120 abitanti (ISTAT, 2007), situato all'interno del Parco Nazionale del Gran Sasso, a 1.250 metri di altitudine. Il borgo conserva integri l'impianto urbano medievale e numerosi elementi morfologici e architettonici tardo-medievali e proto-rinascimentali (corti, patii, vicoli, passaggi coperti, e, nelle abitazioni, archi, logge, portali, camini e cornici in pietra)⁶. Negli ultimi decenni, nonostante la crescente diffusione in Italia delle attività legate al turismo, il borgo di S. Stefano (così come i territori limitrofi) è rimasto sostanzialmente escluso dai principali circuiti turistici, conservando intatte economia e cultura autoctone, caratteristiche dell'Appennino centrale. Tipiche delle aree montuose escluse dal turismo sono così anche le problematicità legate a spopolamento e a fragilità economica. È in questo contesto che nel 1999 l'imprenditore italo-svedese Daniele Elow Kihlgren avvia il progetto che oggi è probabilmente il caso di albergo diffuso più noto a livello internazionale⁷.

La proprietà degli immobili dell'albergo diffuso di S. Stefano è della Sextantio S.p.A., la società di cui Daniele Elow Kihlgren è amministratore unico⁸. Costituita nel novembre del 1999, la società ha come scopo sociale quello di «acquisire, recuperare, conservare e salvaguardare il patrimonio immobiliare storico ed artistico del territorio» (Statuto Sextantio S.p.A.)⁹. Da un punto di vista finanziario, il progetto è stato avviato grazie all'investimento iniziale di un milione di euro da parte del suo ideatore cui si sono aggiunti crediti bancari per circa tre milioni di euro e un finanziamento pubblico di 356.000 euro da parte del Ministero per le Attività Produttive (in base all'ex L.488/92 per i contributi a fondo perduto per le imprese che operano in aree svantaggiate).

L'albergo diffuso Sextantio è ufficialmente attivo dal 2008. È dislocato su una superficie di circa 3.500 mq, pari al 35% del borgo di Santo Stefano, del quale include alcuni tra gli edifici più rappresentativi del centro storico¹⁰. La struttura comprende oltre quaranta camere, un ristorante specializzato nella gastronomia locale, una cantina enogastronomica, un centro benessere, una sala conferenze (con una capacità di 80 persone) e un centro

escursioni. L'unità centrale, equidistante dagli immobili che includono le camere, è articolata su più livelli e ospita diverse funzioni (enoteca, ristorante e sala conferenze). Le camere sono distribuite in diversi edifici limitrofi, molte di queste sono concepite come vere e proprie abitazioni ed hanno a disposizione alcuni spazi comuni di relazione (tra cui, ad esempio, un angolo cottura). L'intervento ha previsto, nella fase di recupero e restauro degli edifici, la conservazione integrale del patrimonio storico-architettonico¹¹.

FIGURA 8
Veduta del Borgo



Foto di Valeria Baglione.

FIGURA 9
Veduta del Borgo



Foto di Valeria Baglione.

In connessione con l'avvio delle attività ricettive, Daniele Kilhgren ha promosso progetti di valorizzazione e riattivazione di botteghe di artigianato locale (oreficeria, tessitura, tombolo e ceramica)¹², il recupero di alcuni prodotti agricoli locali attraverso l'apertura di aziende agricole (certificate dal punto di vista biologico) su terreni limitrofi al borgo per il rifornimento dell'albergo diffuso e delle altre strutture turistiche della zona e, inoltre, alcuni cicli di manifestazioni culturali e artistiche (alcune delle quali allo

scopo di finanziare fondazioni per la tutela ambientale e del patrimonio storico architettonico locale).

Il progetto si è tuttavia dovuto misurare con le difficoltà legate al sisma dell'aprile 2009: i danni subiti dal borgo (ad esempio il crollo della Torre medicea) pur non avendo danneggiato direttamente le strutture dell'albergo, hanno inevitabilmente creato disagio e indebolito, almeno per una prima fase, il flusso turistico nella zona¹³.

Il progetto di albergo diffuso di S. Stefano di Sessanio ha visto, fin dalle prime fasi, una stretta e peculiare interazione con le istituzioni locali. A seguito di un primo accordo verbale, nel 2002, Sextantio S.p.A., il Comune di S. Stefano di Sessanio e l'ente Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga hanno formalmente sottoscritto la “Carta dei valori per S. Stefano di Sessanio”. Tale documento stabilisce principi di tutela e valorizzazione del patrimonio architettonico, urbanistico ed artistico del borgo, nonché norme per il mantenimento della valenza paesaggistica ed ambientale del territorio entro cui l'abitato si colloca. Ciascun firmatario si è impegnato a rispettare tali principi nelle attività di propria competenza. Oltre a mettere in campo una serie di azioni volte alla promozione turistica, i soggetti promotori si sono impegnati ad esempio a «rimuovere i detrattori della qualità architettonica ed ambientale presenti in Santo Stefano di Sessanio e nel suo circondario» (sotto la supervisione di una commissione ad hoc finanziata da Sextantio S.p.A.), «impedire ogni azione che possa pregiudicare e/o alterare l'autenticità e le qualità del singolo immobile, del tessuto urbano nel suo insieme e del contesto naturale» e «riqualificare gli ambiti circostanti l'edificato» (Carta dei valori, 2002). In particolare, l'amministrazione comunale si è impegnata a far aderire «i propri strumenti urbanistici generali ed attuativi ai principi della “Carta dei Valori”» (Carta dei valori, 2002).

A questo proposito, nel 2007, nel rispetto di una delle condizioni chiave poste da Kihlgren per il proprio investimento, il Comune ha firmato un protocollo d'intesa con l'ente Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga per l'approvazione della “Carta di tutela dei Campi Aperti”: tale documento, in variante al vigente piano di fabbricazione degli anni Settanta, che prevedeva un'ampia zona di espansione, ha stabilito la totale inedificabilità dell'intorno del borgo. La variante urbanistica ha dunque costituito la premessa alla redazione di un nuovo Piano Regolatore Generale, il cui iter ha tuttavia subito una battuta d'arresto a seguito del sisma del 2009¹⁴.

5.3

Conclusioni: recupero e sviluppo locale a matrice privata

Il caso dell'albergo diffuso di S. Stefano di Sessanio (e, più in generale, il fenomeno stesso dell'albergo diffuso, per quanto ad oggi sia un modello ricettivo ancora quantitativamente modesto e destinato soprattutto ad un

turismo di nicchia¹⁵⁾ oltre ad essere innovativo nelle modalità di fornitura dei servizi ricettivi tramite la diffusione orizzontale delle unità ospitanti¹⁶, rappresenta un esempio interessante rispetto alla stretta interazione con le risorse locali (paesaggistiche, storico-artistiche, sociali ed istituzionali). Il recupero del patrimonio architettonico del borgo nel quale si insedia e la sua riattivazione economica – caratteristiche su cui fonda il progetto – più che essere esiti dell’impresa hanno determinato le condizioni per il suo successo. L’esperienza risulta infatti significativa per aver generato percorsi strutturati di attivazione delle istituzioni e della popolazione locale: ha innescato infatti un processo di recupero architettonico del borgo e di promozione e tutela della attività artigianali locali; ha promosso inoltre la tutela del paesaggio, portando alla radicale modifica dei documenti urbanistici locali, dai quali sono state cancellate le previsioni di espansione urbana a favore di una politica della conservazione degli spazi agricoli; ha infine generato una serie di attività economiche d’indotto nel campo dell’offerta turistica (ad oggi il borgo offre circa venti strutture tra alloggi in affitto, bed & breakfast, camping e residence, per un totale di oltre 300 posti letto) determinando un progressivo sviluppo locale.

Note

* Si ringraziano per le preziose informazioni fornite Elisabetta Leone, Sindaco del Comune di S. Stefano di Sessanio, e Daniele Elow Kihlgren.

1. Di norma non più di 200 metri (Dall’Ara, 2010).

2. Secondo le stime della Associazione Nazionale degli Alberghi Diffusi (ADI) del 2008: nel 51% dei casi la proprietà è distinta dalla gestione, e affidata a soggetti specializzati esterni; nel 23% i proprietari sono riuniti in cooperativa o società di capitali; nel 10% vi è un proprietario unico che è anche gestore e nel 3% i proprietari sono riuniti in consorzio.

3. Le principali caratteristiche del modello di albergo diffuso sono raccolte anche nella ‘Carta dei valori dell’albergo diffuso’ sottoscritta, nell’ottobre 2008, dalla rete dei Comuni dell’Ospitalità diffusa e dall’ADI (www.albergodiffuso.com). Nata nell’agosto 2006, l’associazione promuove iniziative tendenti a valorizzare, tutelare e diffondere il modello sul mercato turistico nazionale ed internazionale. Nel 2008 il modello di albergo diffuso viene premiato a Budapest, in occasione del convegno *Helping New Talents to Grow*, come migliore pratica di crescita economica da trasferire nei paesi in sviluppo.

4. Oggi sono nove le regioni che riconoscono normativamente il modello dell’albergo diffuso: Sardegna (L.R. 27/1998), Friuli Venezia Giulia (L.R. 2/2002), Trentino Alto Adige (L.P. 7/2002), Marche (L.R. 9/2006), Umbria (L.R. 18/2006), Emilia Romagna (D.G.R. 916/2007), Liguria (L.R. 13/2007), Calabria (L.R. 8/2008), Toscana (D.G.R. 637/2008) e Lombardia (L.R. 8/2010).

5. Nell’agosto 2008 il numero delle esperienze riconosciute dall’Associazione Italiana degli Alberghi Diffusi (ADI) era pari a trentuno: sei in Puglia, cinque in Molise, quattro nelle Marche, tre in Toscana e Umbria, due in Abruzzo e nel Lazio e uno in Emilia Romagna, Calabria, Sardegna, Friuli Venezia Giulia, Basilicata e Sicilia. Del totale, oltre il 90% è di recente avvio ed il 70% è di dimensioni medio-piccole (30 camere). A queste esperienze deve aggiungersi un numero imprecisato di strutture attive che si definiscono alberghi diffusi, pur non essendo considerabili tali (Dall’Ara, Esposto, 2005).

6. Dal 2005 il comune di S. Stefano di Sessanio fa parte del circuito dei “Borghi più belli d’Italia” promosso da ANCI (Associazione Italiana Comuni Italiani).

7. Ne sono testimonianza i numerosi articoli apparsi, oltre che su quotidiani e riviste di turismo specializzate italiane, anche sulla stampa internazionale (“New York Times”, “The Times”, “Financial Times” e “Washington Post”).

8. Daniele Elow Kihlgren detiene il 25,5% della società a titolo personale e il 74,5% tramite la Società Iniziative Edificatrici Abruzzesi S.r.l.

9. Una volta realizzate le acquisizioni immobiliari necessarie, nel 2008 la gestione dell’albergo diffuso è stata demandata alla Sextantio Ospitalità Diffusa S.r.l., di cui la Sextantio S.p.A. ha il controllo. Come indicato nello Statuto della Sextantio Ospitalità Diffusa S.r.l., le attività inerenti lo scopo sociale riguardano: (i) svolgimento di attività turistiche ricettive; (ii) ridestinazione turistica e salvaguardia del patrimonio immobiliare, storico ed artistico; (iii) vendita e locazione di terreni agricoli e di immobili; (vi) costruzione di opere pubbliche e private per conto proprio e di terzi; (v) realizzazione, ristrutturazione e gestione di attività ricettive; (vi) assistenza turistica fornita anche attraverso agenzie di viaggio; (vii) commercializzazione e distribuzione di prodotti enogastronomici ed artigianali; (viii) formazione professionale.

10. Complessivamente sono state acquisite 14 unità immobiliari, per un valore complessivo di 1.624.888 euro (con un costo medio di 460 euro al metro quadrato).

11. Sono stati infatti mantenuti pavimenti, intonaci e soffitti lignei originari; allo stesso modo sono stati recuperati gli arredi tipici della tradizione locale (le lenzuola provengono da antichi corredi locali, le coperte sono fatte a mano con telai in legno).

12. Tutte le botteghe esistenti e di progetto sono state dotate delle strumentazioni autentiche e secolari, conservate nel museo locale delle Genti d’Abruzzo presso Pescara e assegnate in comodato d’uso gratuito agli artigiani del paese su proposta dello stesso Kihlgren.

13. Il borgo ha visto il trasferimento temporaneo della popolazione locale nel limitrofo insediamento MAP (Moduli Abitativi Provvisori) realizzato a seguito del sisma del 2009. Il bilancio della Sextantio S.p.A., comunque in attivo, ha registrato una diminuzione di circa 77.000 euro rispetto all’anno precedente.

14. Sempre a seguito del sisma, il Comune si è fatto promotore di un “Comitato per la Ricostruzione di qualità di S. Stefano di Sessanio”, che ha visto tra gli altri il coinvolgimento dello stesso Kihlgren.

15. La clientela degli alberghi diffusi è estremamente selezionata, appartenente a categorie sociali medio-alte alla ricerca di destinazioni poco affollate e meno scontate. Secondo una stima del 2008, il 33% degli ospiti ha una provenienza estera (di cui un terzo extraeuropea).

16. L’attrattività di questa forma insediativa si fonda sulla capacità di inserirsi in una “comunità vivente” e di fornire ai propri clienti autentici frammenti di vita all’interno di una comunità locale che preserva intatte le proprie tradizioni.