

TURISMO, QUALITÀ E OSPITALITÀ DIFFUSA

Indirizzi per uno sviluppo sostenibile
nell'area del GAL IRPINIA

NOVEMBRE 2013



PSL La Multifunzionalità per lo Sviluppo Rurale
Azione: D - VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TURISMO
INTEGRATO NEL TERRITORIO DEL GAL IRPINIA



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



PRESENTAZIONE

Il territorio del GAL IRPINIA - con le sue due Aree "Terminio Cervialto" ed "Valle Ufita" - costituisce la sintesi delle ricchezze storiche, culturali, paesaggistiche, ambientale ed enogastronomiche, disseminate sul territorio irpino.

Chiese e conventi, aree archeologiche e castelli ma anche manifestazioni e tradizioni, miti e leggende, nonché un patrimonio ambientale e naturalistico e di produzioni tipiche, ne costituiscono un capitale turistico ancora poco conosciuto e da valorizzare.

In tale contesto i piccoli borghi, ivi presenti, sono custodi di tradizioni locali, di un immenso patrimonio artistico così come ricchezze e di energie ancora poco conosciute o valorizzate.

La riscoperta e la valorizzazione di questi luoghi permette di conoscere ed apprezzare realtà capaci di coniugare qualità della vita e tutela ambientale economia e saperi con innovazione e sviluppo locale.

Tra le forme ricettive "l'ALBERGO DIFFUSO" è quello che meglio si adatta al territorio dell'Irpinia ed in generale delle aree interne in quanto "permette di offrire un servizio alberghiero completo, unendo potenzialità già presenti, senza dover ricorrere alla creazione di una struttura apposita che le raccolga in un unico edificio. Un albergo diffuso non è solo un modello di ospitalità ma è anche un modello di sviluppo turistico territoriale, rispettoso dell'ambiente e "sostenibile", una modalità, di sviluppo locale, a rete che genera filiere e che rappresenta un contributo allo spopolamento dei borghi" (Dall'Ara).

La diffusione della cultura turistica orientata sia alla qualità dei servizi che alle esigenze dei territori e dei visitatori attuali e potenziali è, difatti, uno degli obiettivi del GAL Irpinia nell'ambito dell'Azione D - VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TURISMO INTEGRATO NEL TERRITORIO DEL GAL IRPINIA parte integrante del PSL Irpinia: LA MULTIFUNZIONALITÀ PER LO SVILUPPO RURALE.

Questo GAL, difatti, crede molto sulla nascita dell'Albergo Diffuso, tipologia di offerta turistica capace di rafforzare la scelta strategica di sviluppo sostenibile, grazie al recupero del patrimonio immobiliare, culturale ed artistico dei piccoli centri ed al loro rilancio economico.

Sul territorio tanti sono i piccoli borghi che potenzialmente si prestano allo sviluppo di tale forma di ricettività e, pertanto, per far conoscere a vecchi e nuovi operatori turistici locali - ovvero alla locale comunità - tale forma di ricettività il GAL IRPINIA ha inteso mettere in atto una serie di attività divulgative affinché la cultura del turismo non sia solo patrimonio di pochi e l'esperienza dell'albergo diffuso possa essere un modello di riferimento per gli antichi borghi d'Irpinia dove è indispensabile preservare l'identità territoriale. La salvaguardia del territorio, la tutela architettonica e la valorizzazione del patrimonio artistico ed artigianale sono fondamentali per l'attrattività turistica del luogo così come pure le loro tradizioni e l'eredità culturale ed enogastronomica che lo contraddistinguono. L'offerta turistica dell'Albergo Diffuso è, difatti, quella di un soggiorno in centri minori ricchi di storia, architettura, monumenti anche se minori, ma è, soprattutto, un'offerta di una vita integrata nella comunità locale capace di far vivere un'esperienza unica al visitatore/turista sempre più vicina al territorio.

STORIA E LINEE STRATEGICHE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO IN IRPINIA CON RIFERIMENTO ALL'AREA DEL GAL IRPINIA

In questi ultimi anni l'Irpinia, con sempre maggiore frequenza, considera il turismo come fattore importante di crescita e, dunque, un orizzonte nel quale elaborare politiche e programmi di intervento e di sviluppo.

Sono numerosi i documenti di analisi e di progetto ormai disponibili, e tutti concordano su un modello di gestione equilibrata e integrata dei diversi settori economici presenti sul territorio, improntato ai criteri della sostenibilità sociale e ambientale. In tutti i documenti recenti il turismo è sempre presente e considerato come un fattore importante di crescita. Tuttavia anche uno sguardo sommario alle analisi ci restituisce un contesto sociale, culturale ed economico che, anche per il territorio del Gal Irpinia - comprendente i comuni dei sistemi di sviluppo locale Terminio Cervialto e Valle dell'Ufita -, il turismo è molto, ma molto distante, in un contesto di centri minori sempre più spopolati e sempre più vuoti di giovani.

In questo quadro il turismo è quasi un'ombra, appena delineata da cifre quasi irrisorie che per l'intera provincia di Avellino oscillano tra il 2-3% degli arrivi nell'intera regione Campania.

Certamente il dato numerico sintetizza, ma talora semplifica, la complessità del processo storico, così come, ovviamente, non registra le spinte e le forze potenzialmente attive nel presente. Si tratta di due prospettive che nel turismo - o meglio quando si tenta di delineare una politica turistica per un territorio -, sono particolarmente importanti, perché il turismo, da una parte, è generato da sedimenti antichi, spessi e profondi di immaginari culturali e di pratiche e, dall'altra, è tensione e proiezione dei singoli e delle comunità verso il futuro. Cosa rappresenta dunque l'Irpinia nell'immaginario e nella cultura turistica? E quali aspirazioni e potenzialità turistiche esprime e può generare?

Partiamo dalla prima questione. Seppure in maniera episodica, anche l'Irpinia è stata toccata dal turismo in questi ultimi due secoli. Nel primo Ottocento i pellegrinaggi devozionali diretti ai santuari irpini ricevettero grande attenzione da parte del governo borbonico, impegnato in una politica di restaurazione; nel secondo Ottocento la diffusione dell'alpinismo, praticato in Italia con forte spirito nazionalista, conquistò anche le montagne meridionali, percorrendo e descrivendo dunque anche a quelle irpine. Successivamente, nel primo Novecento, l'onda lunga del soggiorno climatico terapeutico - accoppiato a qualche episodio di termalismo - giunse anche nelle aree marginali meridionali e trovò nel clima salubre della verde Irpinia una cosiddetta "piccola Svizzera". Tra le due guerre ricordiamo gli investimenti attuati dal regime fascista su Montevergine, in un'ottica di ampliare e ammodernare i flussi di pellegrini verso il santuario. Infine negli anni '60, anche l'Irpinia, come le altre aree interne meridionali, fu oggetto di un piano di sviluppo nell'ambito dell'intervento straordinario della Cassa per il Mezzogiorno. Si pensò allora di operare in due direzioni: valorizzare l'alta montagna, creando una piccola stazione sciistica sul Laceno, cavalcando così la diffusione della moda degli sport invernali, e creare una vasta area naturalistica - a cavallo tra provincia di Avellino e quella di Salerno - che servisse come area non solo ricreativa per la popolazione residente dei centri urbani di prossimità, bensì anche di allentamento della pressione turistica sulle aree costiere e sulle isole.

Insomma, qua e là, le diverse pratiche turistiche, elaborate e perfezionate in altri contesti geografici, economici e sociali, hanno comunque raggiunto anche l'Irpinia, combinandosi

con altri tipi di frequentazioni: con la caccia, ad esempio, oppure con la villeggiatura estiva in media montagna, oppure, e soprattutto, con una mobilità di tipo commerciale, per il legname e le produzioni alimentari e, non ultimo, vinicole.

Questi solo gli elementi che l'Irpinia eredita dalla propria storia turistica: se ne conservano le tracce, ma è evidente che nessuna pratica turistica è penetrata nell'area con una forza sufficiente a mettere in moto trasformazioni culturali ed economiche. D'altra parte, nei suoi due secoli di storia, il turismo ha valorizzato e sfruttato risorse naturali come terme, alta montagna, e soprattutto coste e mare, lasciando in un'ombra pressoché totale le aree rurali e i paesi dell'interno. Nel caso campano poi la maggiore forza di attrazione della costa è straordinariamente evidente. Il golfo di Napoli è uno dei sistemi turistici euro-mediterranei più antichi e complessi, che presenta eccezionale capacità di attrazione, di adattamento ai mutamenti di mercato e di innovazione dell'offerta e che ha lasciato in ombra non solo le rimanenti aree della Campania, ma anche l'intero Sud Italia.

Fin qui la storia: ma sono legittime le aspirazioni turistiche che da qualche anno l'Irpinia sta esprimendo?

Dagli anni Ottanta il turismo europeo registra comunque una serie di mutamenti, i cui effetti sono ancora in corso. Prima di tutto gli effetti delle crisi petrolifere degli anni Settanta hanno prodotto nuovi stili di vita e generato una domanda di turismo olistico, tesa a ricercare il benessere totale, vale a dire autenticità, qualità dell'ambiente e del cibo, tipicità locali. Si tratta di flussi turistici minori - ma ancora capaci di trasferire ricchezza - e che si sono avvantaggiati dei processi di liberalizzazione del trasporto aereo e della rivoluzione di internet nei sistemi di comunicazione. La rottura del predominio degli agenti e degli intermediari di viaggio ha favorito un rapporto diretto tra la domanda individuale e l'offerta, ma ha anche posto l'urgenza di garantire una qualità totale delle località e dei servizi mediante un ricorso sempre più diffuso alle certificazioni. Parliamo di un mutamento radicale.

L'Italia ha purtroppo accumulato pesanti ritardi in queste congiunture e il livello di governo statale e quelli regionali non hanno colto subito l'urgenza di adeguare l'offerta alla nuova domanda e soprattutto di implementare nuovi sistemi di comunicazione reali e virtuali, ovvero di ragionare e intervenire non più sulla dimensione puntiforme e concentrata di singole destinazioni turistiche ma su una dimensione più ampia e diffusa, allargata a territori e comunità.

In questo inizio di secondo decennio del Duemila le aree interne campane scontano dunque un ritardo che è nazionale e regionale. Ma è vero anche che solo da pochi anni è penetrata nell'agire pubblico e privato l'utilità e la necessità della certificazione della qualità dei prodotti, dei servizi e degli ambienti; così come è innegabile che, nel settore privato, l'utilità e la necessità di associarsi, per rafforzare l'offerta, trovano ancora molte resistenze e che, nel settore pubblico, fare sistema, per programmare politiche ordinate e coerenti, alimenta ancora diffidenza.

Tuttavia l'evoluzione del turismo recente, così come sommariamente descritto, legittima le aspirazioni dell'Irpinia a fare turismo. La Valle d'Itria, il Salento, le Langhe, il Senese sono anch'esse subregioni interne, a prevalente economia rurale, ma che da alcuni anni cominciano ad essere riconosciute nella geografia turistica nazionale.

La sfida che l'Irpinia deve accogliere è dunque quella di ribaltare gli svantaggi dell'area in vantaggi competitivi: ad esempio utilizzare come primo mercato di riferimento proprio la vicina enclave turistica del golfo di Napoli, che finora invece ha funzionato da filtro drenante. Oppure trasformare il dramma del terremoto del 1980 in un racconto dei luoghi.

Oppure ancora proporre il carattere poco meccanizzato dell'agricoltura come espressione di ruralità autentica. E così via.

In ogni caso occorre che le tante piccole comunità irpine, ovvero attori pubblici e attori privati, siano realmente disposti ad aderire a una programmazione serrata modulata su un modello di sviluppo diffuso. Una programmazione che offra un ampio spazio all'iniziativa dei privati nel contesto delle singole comunità, ma che preveda un importante lavoro di coordinamento, di servizio cooperativo, di raccordo di comunicazione, di promozione su mercati, di adeguamento qualitativo, e soprattutto, e non ultimo, di elaborazione culturale.

Annunziata Berrino
STORICA DEL TURISMO
(Università di Napoli Federico II)



QUALITÀ DELL'OFFERTA TURISTICA PER LE AREE INTERNE NELLO SCENARIO ATTUALE

Nel turismo lo sviluppo dell'economia non può ricondursi esclusivamente all'accrescimento del valore degli indicatori di reddito. Il turismo, se opportunamente programmato e qualificato, può divenire fattore determinante per la qualità della vita di un territorio nella sua originalità e caratteristiche strutturali ma la qualità del suo turismo e l'andamento della domanda di viaggio può essere significativo indicatore del suo sviluppo sostenibile. Le linee guida di sviluppo del turismo sostenibile sono applicabili a tutte le forme di turismo in tutti i tipi di destinazioni, dal turismo di massa ai turismi di nicchia. I principi di sostenibilità si riferiscono ad aspetti ambientali, economici e socio-culturali e solo l'adeguato equilibrio tra queste tre dimensioni garantisce la sua sostenibilità a lungo termine. La efficace qualificazione del modello di offerta turistica di un territorio deve essere basato sull'approccio integrato, capace di coinvolgere i patrimoni culturali locali secondo un path bottom-up che - partendo dalla storia, dalla cultura, dalle tradizioni, dai beni ambientali, dalla enogastronomia - sia in grado di creare ed attuare più di un moltiplicatore di sviluppo che punti decisamente non solo alla qualità "tecnica" ma alla complessiva qualità della vita di chi si relaziona con quel territorio, ossia alla interazione uomo-ambiente.

La qualità del turismo non è soltanto adesione a standard o classificazione dei servizi o semplice sostenibilità dell'offerta: la qualità è il risultato di percorsi orientati alla valorizzazione delle caratteristiche di eccellenza di un territorio attraverso strumenti innovativi e scambio delle conoscenze e delle buone pratiche utilizzando modelli innovativi che puntano alla integrazione. Negli ultimi 5 anni in Italia centro meridionale oltre il 50% dei flussi turistici - e di viaggio compresi i viaggi di lavoro - verso le aree non marine ha una durata non superiore a 2,5 giorni ed è evidente che tale caratteristica della domanda di "viaggio" e non solo di "turismo" in senso stretto richiede risposte gestionali orientate alla elevata capacità di accoglienza territoriale e non solo puntuali, con particolare accento sulla efficienza delle infrastrutture e della comunicazione legata al marketing territoriale. Una destinazione o meta turistica locale è uno spazio fisico in cui il visitatore trascorre almeno una notte e quindi comprende servizi, attrazioni e risorse raggiungibili con un'escursione di una giornata; tali destinazioni locali comprendono vari soggetti, spesso anche una comunità, e possono fare rete o sistema per formare destinazioni più ampie. E' quindi nella qualità di un sistema turistico locale e non di singole offerte turistiche che si gioca una parte rilevante del successo di un territorio

Nell'accezione tecnica la "qualità" si misura con il grado di soddisfazione di un cliente e, quindi, presuppone una analisi multivariata sul gap tra la qualità percepita e quella progettata ed erogata; ciò non vale del tutto nel turismo in cui tale misurazione non può essere limitata al monitoraggio del singolo servizio anche se integrato. Nell'ottica della risposta efficace alla domanda di turismo tipica infatti la qualità non può essere un risultato "one shot" ma deve essere il risultato della capacità dell'intero territorio di progettare, integrare, valorizzare e rendere accessibile e fruibile ogni diversa forma di turismo possibile sin dal momento della sua "messa in rete" per orientare le scelte del viaggiatore. Si pensi al turismo culturale, eno-gastronomico, religioso e conventuale, a quello sportivo e congressuale, all'ecoturismo ed al turismo della salute, ad esempio termale, in grado di attrarre categorie viaggiatori che solo apparentemente richiedono limitate tipologie di servizi.

Alla diversità di esigenze ed aspettative tra i diversi viaggiatori si unisce la diversità e diversificazione di strumenti per la misurazione della qualità.

Il turismo, a differenza di altri servizi, solo superficialmente può essere soggetto ad un sistema unico di misurazione della qualità dell'output, in primo luogo per la modalità con la quale oggi può essere confezionata l'offerta turistica. Attraverso il web self-design il viaggiatore può divenire contemporaneamente ideatore e fruitore del viaggio e quindi riveste particolare importanza la qualità delle informazioni sul territorio messe a disposizione sul web attraverso il network istituzionale e commerciale. Le statistiche attuali affermano che circa il 78% del primo contatto operato da viaggiatori su web è riservato alle strutture turistiche non convenzionali che sono quelle in genere più direttamente legate alla storia ed alla tipicità del territorio.

La misurazione della qualità dipenderà quindi in misura rilevante dal criterio di confezionamento del prodotto e soprattutto dalla capacità del network di offrire indicatori significativi che possano orientare la scelta e consentire successivamente una valida misurazione della qualità complessiva dell'esperienza nel confronto tra i territori in relazione alle aspettative.

Lo sviluppo delle destinazioni turistiche è infatti strettamente collegato non solo più al loro contesto ambientale, alle caratteristiche culturali, all'interazione sociale realizzata attraverso il viaggio, alla sicurezza del viaggio e al benessere atteso correlato alla scelta, ma è determinato in maniera rilevante dalla qualità del "viaggio virtuale" che il viaggiatore realizza già al momento della decisione, senza apparente mediazione dell'operatore specializzato (agenzia, tour operator, etc..) ma utilizzando le sole informazioni di supporto ed istituzionali.

Il ruolo dei soggetti gestori di un territorio assume pertanto una valenza sia tecnica sia di validazione ex ante delle informazioni e delle caratteristiche dei servizi integrati del turismo che sono disponibili al cliente: questo ruolo può declinarsi attraverso la qualificazione dei servizi, la misurazione delle performance degli operatori e la certificazione del livello di servizio con standard modelli e metodologie confrontabili, oggettivamente misurabili e basate sul concetto di "miglioramento continuo e sostenibilità" dell'offerta ma sempre in un alveo di forte "tipizzazione locale". Ogni offerta di servizi turistici (tailored approach) deve essere accompagnata da una misurazione e valutazione del livello di qualità intesa come complessiva risposta ad una domanda di conoscenza e non solo di fruizione. Solo attraverso tali sistemi complessi di programmazione e controllo il turismo se sviluppato nelle sue forme sostenibili ed orientato alla qualità della vita, rappresenta per le economie locali una opportunità di valorizzazione.

Particolare importanza rivestono le esperienze degli "itinerari" che realizzano la risposta smart alla domanda di pianificazione del viaggio e di ricerca di affidabilità nell'orientamento delle scelte operate dal cliente. Un esempio per tutti sono gli itinerari rurali e gli itinerari del gusto legati alle produzioni tipiche e tradizionali di molte parti dell'Appennino italiano e campano.

Infatti per effetto della introduzione delle nuove tecnologie e della dematerializzazione della modalità di formulazione dell'offerta (il 40% delle transazioni mondiali in materia di turismo avviene attraverso motori di ricerca o canali web) un territorio si rappresenta non più attraverso il "racconto del viaggio" ma attraverso chiari indicatori misurabili sia in termini di servizio sia economici che introducono livelli di elevata concorrenzialità di una destinazione nel lungo periodo rispetto a territori considerati storicamente vocati al turismo. La qualità di un territorio è la qualità complessiva della sua offerta di viaggio così come può essere determinata attraverso gli input a cui il viaggiatore è sensibile al momento della ricerca dell'itinerario: i trasporti, la gestione degli impatti antropici (rifiuti, attività edilizia, programmazione dell'uso del territorio a destinazione industriale, politiche di tutela della diversità biologica), la cura dell'identità e del patrimonio

ambientale, la qualità delle politiche di destagionalizzazione, la comunicazione pubblica, la credibilità e riproducibilità del sistema di misurazione della qualità, il sistema di gestione dei reclami e della soddisfazione. La qualità garantirà che lo sviluppo del turismo avvenga a livelli e secondo modalità compatibili con le esigenze della comunità locale e dell'ambiente ma sempre in maniera misurabile e certificabile. Per i territori interni della Campania e dell'Irpinia questo obiettivo si può perseguire attraverso una duplice strategia: che veda rafforzare l'offerta turistica esistente sia attraverso la attività di programmazione turistica green oriented sia grazie alla realizzazione di una rete tra gli operatori che definisca un sistema di qualificazione omogeneo di tale offerta, al fine di permetterne la promozione e commercializzazione in un unico quadro operativo di riferimento; la professionalizzazione delle piccole imprese e dei soggetti della filiera enogastronomica coinvolti nell'offerta (imprese agricole, di artigianato legato alla gastronomia, cantine, etc.) in funzione degli obiettivi progettuali e delle esigenze della domanda turistica; e di permetterne la efficace interfaccia tra il sistema turistico globale. Gli itinerari di conoscenza del territorio vengono così realizzati attraverso una strategia di marketing adeguata alla modalità di accesso alle informazioni ed alla affidabilità e coerenza dei dati prestazionali degli operatori della filiera operante nel mercato del turismo ed ideata in funzione del multi criterio e dinamico rapporto tra domanda e offerta superando anche i limiti dell'approccio elastico dei prezzi.

Per accrescere la qualità delle attività turistiche non si può prescindere dalle nuove competenze professionali degli operatori turistici, dalle conoscenze linguistiche e alle nuove tecnologie, dalle tecniche di accoglienza a quelle di front-office, di assistenza pre e post vendita: si tratta, infatti, di requisiti fondamentali di un complessivo sistema di qualità del turismo di un territorio. La adozione di un linguaggio comune di caratterizzazione ed identità di qualità dell'offerta del territorio nel suo complesso e la adozione di progettualità partecipata, oltre a costituire elemento tecnico-gestionale di riconoscibilità e di validazione del livello di qualità dell'offerta consente anche di rimuovere alcuni tra gli ostacoli allo sviluppo di un'offerta turistica rurale competitiva delle aree interne, quali la scarsa sensibilità degli operatori a realizzare un network, la diffidenza verso il mercato non locale e l'insufficiente capacità di promuovere e sviluppare autonomamente la vendita dei prodotti e servizi. Attraverso la qualità si può mettere in rete ed offrire un turismo della quotidianità tipico dei luoghi ad elevato contenuto culturale e sociale, ma che senza una standardizzazione del livello di qualità dell'offerta rischierebbe di non riuscire a concretizzarsi come itinerario progettato.

Per accrescere la soddisfazione dei viaggiatori di un territorio anche attraverso la promozione di specializzazioni sia geografiche che tematiche locali e di nicchia culturali e storiche, occorre utilizzare elevati standard qualitativi non solo nella selezione e nella individuazione dei soggetti che possono operare nei servizi turistici di un territorio ma anche individuare appropriati metodi di verifica della qualità percepita attraverso la gestione delle informazioni di ritorno (feedback analysis) dal viaggiatore: tali sistemi di misurazione sono basati sulle variabili della qualità progettata.

Il focus sulle variabili di qualità è necessario quindi per assicurare un monitoraggio nel tempo dell'evoluzione della sostenibilità di una scelta turistica anche in relazione al sistema delle risorse ambientali, culturali, storiche, tradizionali del territorio che costituiscono gli asset della destinazione stessa e la cui conoscenza e conservazione sono essenziali per la creazione di valore nella filiera turistica.

L'ALBERGO DIFFUSO: UN'OPPORTUNITÀ PER LA NOSTRA PROVINCIA

I profondi cambiamenti dei modelli di comportamento nel settore turistico, con il crescere di segmenti di nicchia, impongono la realizzazione di un'offerta più profonda, più coinvolgente; che abbia una valenza esperienziale per i turisti, mettendo insieme elementi diversi tra loro: dalla cultura locale alle testimonianze storico artistiche, dall'enogastronomia alle tradizioni. Questi cambiamenti stanno generando una variazione anche nella scelta delle mete da preferire, coinvolgendo zone marginali come i borghi e le zone montane.

Tra le varie tipologie, l'albergo diffuso, rappresenta sicuramente una soluzione del tutto coerente ed efficace per intercettare questa crescente opportunità. Soprattutto nella nostra provincia. Ma, come spesso afferma l'esperto Giancarlo Dall'Ara, le case da sole non fanno un albergo diffuso. Diventa quindi centrale il ruolo della politica nel contribuire a rendere possibile la partecipazione delle comunità locali alla realizzazione di progetti che integrino la sostenibilità ambientale, la valenza sociale, il valore economico e la tutela e valorizzazione del patrimonio locale. Una relazione virtuosa pubblico privato indispensabile per creare una buona accoglienza del turista, che immerso nel borgo ne deve diventare residente; per rigenerare non solo i centri storici ma anche il commercio e l'artigianato e per superare gli ostacoli legati alla proprietà degli immobili e dei fondi interessati dai progetti di albergo diffuso, la maggior parte di proprietà di privati.

Pubblico - privato ma anche piena sinergia tra amministrazioni locali e centrali. I Comuni possono far poco senza una regia adeguata, senza una visione strategica della Regione ed un suo vero investimento sul futuro dell'entroterra, indicando come creare il mercato turistico in Irpinia puntando sulle risorse locali e realizzando il contesto per la loro valorizzazione.

Bisogna avvalersi di operatori competenti. Molti progetti turistico-culturali si sono dimostrati incapaci di conseguire risultati significativi. Per rispondere a questa necessità di formare capacità gestionali e di leadership è nato il progetto Pm4sd, Project Management for Sustainable Development, che ha coinvolto anche il comune di Frigento: a gennaio 2013 sono partiti i primi corsi di formazione per qualificare i professionisti e i policy makers del settore. I corsi si sono svolti in 5 paesi europei e, ad oggi, si sono certificati già molti professionisti provenienti da vari paesi: dall'Inghilterra alla Francia, dalla Turchia ai Caraibi e la Giordania.

On. Luigi Famiglietti
CAMERA DEI DEPUTATI

LA QUALITÀ DEI SERVIZI E LA SFIDA DEL TURISMO IN IRPINIA

L'approvazione del regolamento sull'albergo diffuso in Regione Campania è un tassello importante di una strategia che abbiamo provato a disegnare nei mesi scorsi e che oggi continua ad avere la sua valenza, anche in considerazione delle opportunità per le aree interne contenute nella Legge di Stabilità oggi in discussione in Parlamento.

E' una norma che ha il suo fulcro nelle realtà borghigiane presenti sul territorio irpino e che prova ad avere un'aderenza rispetto a quelle che sono le caratteristiche specifiche di queste realtà. Idealmente il regolamento si collega al Piano di Azioni per lo sviluppo turistico dell'Irpinia contenuto nel Protocollo d'Intesa siglato nei mesi scorsi tra Regione Campania e Provincia di Avellino. Il Piano di Azioni è ancora attuale e in tempi rapidi daremo impulso alla sua concretizzazione perché la convinzione forte è che l'Irpinia possa puntare sul turismo, individuando proprio nel turismo uno dei perni di un nuovo sistema produttivo territoriale.

In Irpinia abbiamo bisogno di esperienze pilota che non siano escludenti, ma che puntino a generare mimesi, con l'obiettivo ultimo di costruire un immaginario, uscendo dalla logica della custodia gelosa che porta ad una evidente resistenza al cambiamento e che spinge alla conservazione.

Il turismo è la qualità dell'accoglienza come una linfa che entri e permei i comportamenti delle persone. E' evidente come questa impostazione sia fortemente legata ad una dimensione culturale. C'è, perciò, bisogno di un protagonismo responsabile da parte degli attori territoriali locali. Così come è fondamentale la formazione, a partire dagli agenti di sviluppo locale che con la testa libera da piccole convenienze siano in grado di organizzare una rete di sistema.

Non è un percorso breve, ma è un percorso che rispetto al passato viene sollecitato oggi dalle diverse e mutate condizioni storiche.

Il processo parte dell'identità ed arriva alla riappropriazione dell'identità. Per farlo non servono opere di riqualificazione urbana, ma bisogna animare un processo che definisca finalmente un orizzonte più nitido.

On. Giuseppe De Mita
CAMERA DEI DEPUTATI

INTRODUZIONE AL REGOLAMENTO ALBERGO DIFFUSO APPROVATO DALLA GIUNTA DELLA REGIONE CAMPANIA

L'albergo diffuso è un albergo "sostenibile", ma è anche qualcosa di più: è un modello di sviluppo turistico dei territori. Dal punto di vista dei servizi è un albergo a tutti gli effetti, con la particolarità che "non si costruisce", ma nasce mettendo in rete case pre-esistenti e molto vicine tra loro, che danno vita ad un albergo "orizzontale".

Dal punto di vista del territorio va considerato come un modello di sviluppo compatibile, pensato soprattutto per i borghi, per i quali ha dimostrato di essere in grado di fungere da "attrattore" turistico verso nuovi tipi di domanda alla ricerca dell'autenticità e di uno stile di vita borghigiano, di stimolare la nascita di un nuovo sistema di offerta, e di fungere così anche da freno allo spopolamento di tanti centri storici.

L'albergo diffuso è a tutti gli effetti un modello italiano di ospitalità. Certo all'estero si trovano forme di ospitalità in casa, o case in rete; ma case che diventano camere, anche se si trovano in mezzo alle abitazioni dei residenti, o case che danno vita ad una struttura ricettiva imprenditoriale - in grado di potere garantire tutti i servizi alberghieri agli ospiti - si possono trovare solo in Italia. Grazie a normative specifiche infatti nel nostro Paese è ora possibile alloggiare in case vere, vivere a contatto con gli abitanti, e usufruire dei normali servizi alberghieri.

La prima normativa italiana sull'albergo diffuso risale al 1998 (Sardegna), ma da allora il legislatore non ha sempre colto appieno le specificità, assieme all'originalità e alla complessità che caratterizza questo modello. La Regione Campania da questo punto di vista ha invece avviato una nuova generazione di norme sull'albergo diffuso, dimostrando piena consapevolezza delle potenzialità di un modello che intende fungere da volano di sviluppo territoriale.

Per questo la normativa della Regione Campania è stata segnalata dall'Associazione Nazionale degli Alberghi Diffusi come norma di riferimento per le altre Regioni, che devono ancora regolamentare in modo adeguato questa forma di ospitalità. Ciò non solo per gli aspetti di contenuto, quanto e soprattutto per il ruolo viene affidato all'albergo diffuso per lo sviluppo di borghi e centri storici e per lo stretto legame che è previsto con il territorio e i suoi prodotti.

Giancarlo Dall'Ara
PRESIDENTE ASSOCIAZIONE
NAZIONALE ALBERGHI DIFFUSI

REGOLAMENTO ALBERGO DIFFUSO
approvato dalla Giunta Regionale della Campania

REGOLAMENTO 13 maggio 2013, n. 4
Publiccato sul BURC n. 27 del 20 Maggio 2013

**Regolamento regionale in attuazione dell'articolo 8 bis
della legge regionale 24 novembre 2001, n.17.**

LA GIUNTA REGIONALE
ha deliberato

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE

visto l'articolo 121, quarto comma della Costituzione;
visto lo Statuto della Regione Campania approvato con legge regionale 28 maggio 2009, n. 6;
visto in particolare l'articolo 56 dello Statuto, che disciplina la potestà regolamentare;
visto il decreto presidenziale del 4 febbraio 2011, n. 23 (Direttive generali per la definizione dell'iter procedimentale per l'emanazione dei regolamenti regionali);
vista la delibera della Giunta regionale del 21 dicembre 2012, n. 792;
considerato che il Consiglio regionale non si è pronunciato nel termine di cui al comma 2, dell'articolo 56 dello Statuto

EMANA

il seguente Regolamento:

Art.1
(Riferimento)

1. Il presente regolamento disciplina la struttura ricettiva "albergo diffuso" di cui all'articolo 8 bis della legge regionale 24 novembre 2001, n. 17 (Disciplina delle strutture ricettive extralberghiere).

Art. 2
(Definizione)

1. L'albergo diffuso è una struttura ricettiva a gestione unitaria, situata nei centri storici, caratterizzata dalla centralizzazione in un unico edificio dei servizi comuni quali l'ufficio di ricevimento e gli altri servizi principali e dalla dislocazione delle unità abitative in uno o più edifici separati.

Art. 3
(Localizzazione)

1. Il centro storico è la zona territoriale omogenea, zona A, identificata nel piano urbanistico comunale ai sensi dell' articolo 2 del decreto ministeriale 2 aprile 1968, n. 1444 (Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'articolo 17 della legge 6 agosto 1967, n. 765).

Art. 4
(Condizioni per la localizzazione)

1. L'albergo diffuso è localizzato nei centri storici che rispettano le seguenti condizioni:
a) I centri storici sono abitati, vitali e vivibili con una popolazione residente di almeno dieci

famiglie;

b) I centri storici ospitano attività commerciali o artigianali o enogastronomiche che concorrono ad animare e stimolare la vita e la produzione locali oppure servizi pubblici o privati in grado di funzionare da polo di attrazione verso altre zone del comune;

c) I centri storici appartengono a comuni con una popolazione censita fino a 5.000 abitanti e fino a 10.000 abitanti se i centri storici hanno i caratteri identificativi di particolare pregio di cui al comma 1, articolo 37 del regolamento regionale 11 giugno 2003, s.n. (Regolamento di attuazione della legge regionale 18 ottobre 2002, n.26), oppure a fronte di un aumento degli arrivi turistici rilevabile dai dati degli Enti Provinciali per il Turismo (EPT) dell'ultimo triennio.

Art. 5 (Unità abitative)

1. Ai fini del presente regolamento le unità abitative sono costituite da camere e da alloggi:

a) le camere sono composte da uno o più locali e hanno un accesso diretto da spazi di disimpegno o di uso comune. Le camere hanno arredi, attrezzature e servizi tra loro omogenei e presentano uno stile riconoscibile, coerente con l'immagine architettonica del luogo e rispettoso della sua identità. Le camere hanno un locale bagno autonomo dotato di w.c., bidet, lavabo, vasca da bagno o doccia.

b) gli alloggi presentano le medesime caratteristiche delle camere di cui al punto a) ma sono dotati di cucina autonoma o di posto cottura.

2. Gli alloggi non superano il 40 per cento dell'intera capacità ricettiva dell'albergo diffuso.

3. La capacità ricettiva minima dell'albergo diffuso è pari ad almeno sette unità abitative di cui almeno cinque camere.

4. Le unità abitative di cui è composto l'albergo diffuso sono poste in almeno due edifici autonomi ed indipendenti. E' ammessa la presenza nello stabile dell'ufficio di ricevimento di unità abitative.

5. Le unità abitative distano non più di trecento metri in linea d'aria o quattrocento metri pedonali effettivi dallo stabile in cui è collocato l'ufficio di ricevimento.

6. Le unità abitative ricadono per almeno il 70 per cento all'interno del perimetro del centro storico del comune in cui l'attività alberghiera è svolta. Le unità abitative possono essere collocate nella misura del 30 per cento al di fuori del predetto perimetro purché la distanza in linea d'aria tra l'accesso al piano stradale dell'immobile contenente le unità abitative e il perimetro del centro storico non sia superiore a cinquanta metri e sia rispettata la distanza dal servizio di ricevimento e dagli altri servizi principali.

Art. 6 (Esercizio e gestione)

1. L'apertura, il trasferimento e le modifiche riguardanti l'esercizio dell'albergo diffuso sono soggette alla Segnalazione Certificata di Inizio attività (SCIA) ai sensi dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi).

2. La SCIA è presentata allo Sportello unico per le attività produttive (SUAP) del comune competente per territorio mediante modulistica predisposta di concerto con gli uffici turistici regionali.

3. Il SUAP trasmette in via telematica all'Ente provinciale per il turismo competente per territorio i dati finali della SCIA.

4. L'avvio e l'esercizio dell'attività restano soggette al rispetto delle norme urbanistiche, edilizie, igienicosanitarie, ambientali, culturali e paesaggistiche, nonché alle norme in materia di pubblica sicurezza, di prevenzione incendi e di sicurezza nei luoghi di lavoro.

5. L'albergo diffuso è gestito in forma imprenditoriale e la sua gestione fa capo ad un unico soggetto giuridico.

6. Servizi diversi da quelli più strettamente alberghieri possono essere svolti da altri

soggetti regolarmente abilitati in convenzione con il titolare dell'albergo a cui fa capo in ogni caso la responsabilità e la qualità dei servizi offerti dalla struttura.

7. La prima colazione è fornita nei locali che ospitano i servizi principali dell'albergo diffuso.

8. Il pranzo e la cena agli alloggiati sono preparati dalla struttura ospitante oppure dati in convenzione ad esterni in possesso di regolare abilitazione. Le attività di ristorazione si svolgono all'interno di uno stesso stabile ricadente nel perimetro del centro storico.

9. I titolari di albergo diffuso che provvedono direttamente o indirettamente alla somministrazione di cibi e bevande adoperano, in misura non inferiore all'80 per cento, prodotti tipici espressioni della cultura enogastronomica regionale e dello stile di vita della comunità ospitante.

10. Nell'albergo diffuso è consentita l'esposizione e la vendita di prodotti tipici agroalimentari e artigianali di origine locale. La vendita è subordinata alla normativa vigente in materia.

Art. 7 (Apertura)

1. L'albergo diffuso ha un'apertura:

a) annuale, se l'attività si svolge per almeno nove mesi anche non consecutivi.

b) stagionale, se il periodo di attività è inferiore ai nove mesi anche non consecutivi, con un minimo di cinque mesi.

Art. 8 (Comunicazioni)

1. I titolari di albergo diffuso sono tenuti oltre agli adempimenti in materia di pubblica sicurezza alla comunicazione dei prezzi al comune competente e alla loro pubblicità all'interno della struttura ricettiva.

2. I titolari provvedono altresì alla comunicazione agli EPT dei dati ISTAT relativi ai flussi turistici.

Art. 9 (Classificazione)

1. L'attribuzione dei livelli di classificazione per l'albergo diffuso è effettuata dal comune competente per territorio sulla base delle disposizioni legislative in materia ai sensi della legge regionale 15 marzo 1984, n.15 (Nuova normativa per la classificazione delle aziende ricettive alberghiere ed all'aria aperta) e la sua validità viene meno solo in presenza di un provvedimento di declassamento o revisione da parte del comune di cui al comma 5.

2. Per le nuove attività la classificazione è auto dichiarata all'interno del procedimento di SCIA.

3. Il comune, entro trenta giorni dalla presentazione dell'autodichiarazione o della variazione di classificazione, procede alle verifiche accogliendole o respingendole per mancanza dei requisiti previsti.

4. Decorso il termine di cui al comma 3 il silenzio del comune equivale al provvedimento di accoglimento.

5. Il comune può procedere in ogni momento, anche d'ufficio, a verifiche e controlli e provvedere al declassamento oppure all'attribuzione di una classificazione superiore in coerenza con l'effettivo possesso dei requisiti richiesti.

6. I dati aggiornati sulla classificazione degli alberghi diffusi sono inviati dai comuni agli EPT competenti per territorio.

Art. 10 (Qualità)

1. L'albergo diffuso è una struttura ricettiva orizzontale e sostenibile che funge da attrattore per i centri storici dei comuni di cui all'articolo 4 del presente regolamento.

2. La Giunta regionale incentiva il conseguimento dell'eccellenza e della qualità certificata

degli alberghi diffusi quali strumenti di valorizzazione della tradizione di ospitalità autentica. 3. La Giunta regionale incentiva l'ubicazione degli alberghi diffusi nei "centri storici di particolare pregio" ai sensi del regolamento regionale 11 giugno 2003, s.n. (Regolamento di attuazione della legge regionale 18 ottobre 2002 n. 26: "Norme e incentivi per la valorizzazione dei centri storici della Campania e per la catalogazione dei beni ambientali di qualità paesistica. Modifiche alla legge regionale 19 febbraio 1996 n.3").

Art. 11 (Accessibilità)

1. I fabbricati che ospitano gli alberghi diffusi rispettano le disposizioni vigenti in materia di accessibilità, visitabilità e adattabilità al fine di garantire, in condizioni di sicurezza e autonomia, alle persone con ridotta o impedita capacità motoria la fruizione degli spazi e delle attrezzature sia all'interno delle unità abitative che nelle zone di relazione.
2. Nei centri storici sono predisposti percorsi di accesso alla struttura alberghiera nel rispetto delle disposizioni di cui al comma 1.
3. L'osservanza di quanto stabilito dai commi 1 e 2 è discriminante ai fini dell'erogazione di finanziamenti, contributi e altre forme di benefici.

Art. 12 (Vigilanza)

1. La funzione di vigilanza e di controllo, ferme le competenze delle autorità di pubblica sicurezza e sanitaria, è esercitata dai comuni ai sensi della legge regionale n. 15 del 1984.

Art. 13 (Requisiti minimi dimensionali)

1. Tenuto conto che l'albergo diffuso utilizza immobili non costruiti a fini alberghieri e punta alla valorizzazione del patrimonio edilizio esistente si elencano di seguito i requisiti minimi relativi alle dimensioni dei locali:
 - a) la superficie delle camere da letto, comprensiva degli spazi aperti sulle stesse purché non delimitati da serramenti anche mobili ed esclusa ogni altra superficie, è fissata in metri quadrati 8 per le camere ad un letto e metri quadrati 14 per quelle a due letti.
 - b) Per ogni letto aggiunto, consentito nelle sole camere a due letti e con un massimo di due posti letto aggiuntivi per camera, la superficie è aumentata di metri quadrati 6. I posti letto sono aggiunti esclusivamente in via temporanea a richiesta del cliente e possono essere realizzati anche mediante arredi che ne consentano la scomparsa.
 - c) Ai fini della valutazione della superficie, la frazione di superficie superiore a metri quadrati 0,50 è in tutti i casi arrotondata all'unità.
 - d) I limiti di superficie sopra indicati sono ridotti a metri quadrati 12 per le camere a due letti ed a metri quadrati 4 per ogni letto aggiunto nel caso in cui non è possibile raggiungere la superficie minima senza effettuare interventi che alterino le caratteristiche tipologiche e costruttive storiche degli edifici.
 - e) In deroga ai limiti di superficie sopra indicati è sempre consentita l'aggiunta di un letto se gli ospiti accompagnano un bambino di età inferiore a dodici anni.
 - f) L'altezza minima interna utile dei locali posti nell'albergo diffuso è quella prevista dalle norme e dai regolamenti comunali di igiene, con un minimo di metri 2,70 per le camere da letto ed i locali soggiorno, riducibile a metri 2,40 per i locali bagno e gli altri locali accessori, fermo restando il mantenimento di altezze inferiori in presenza di alloggi già abitabili laddove le caratteristiche degli immobili non consentano il raggiungimento di tale altezza.

Il presente regolamento sarà pubblicato nel Bollettino Ufficiale della Regione Campania. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e farlo osservare come regolamento della Regione Campania.

Calodoro

Note

Avvertenza: il testo del regolamento viene pubblicato con le note redatte dal Settore Legislativo, al solo scopo di facilitarne la lettura (D.P.G.R.C. n. 15 del 20 novembre 2009 - "Regolamento di disciplina del Bollettino ufficiale della regione Campania in forma digitale").

Note al Titolo e all'articolo 1.

Legge Regionale 24 novembre 2001, n. 17:

"Disciplina delle strutture ricettive extralberghiere."

Articolo 8 bis: "Alberghi diffusi."

"Sono alberghi diffusi le strutture ricettive alberghiere situate nei centri storici caratterizzate dalla centralizzazione in un unico edificio dei servizi comuni e dalla dislocazione delle unità abitative in uno o più edifici separati. Le unità abitative sono dotate di arredi, attrezzature e servizi tra di loro omogenei. La Giunta regionale stabilisce le caratteristiche dei centri storici nei quali ne è consentita la realizzazione."

Note all'articolo 3.

Comma 1.

Decreto Ministero dei Lavori Pubblici 2 aprile 1968, n. 1444: "Limiti inderogabili di densità edilizia, di altezza, di distanza fra i fabbricati e rapporti massimi tra spazi destinati agli insediamenti residenziali e produttivi e spazi pubblici o riservati alle attività collettive, al verde pubblico o a parcheggi da osservare ai fini della formazione dei nuovi strumenti urbanistici o della revisione di quelli esistenti, ai sensi dell'art. 17 della L. 6 agosto 1967, n. 765."

Articolo 2: "Zone territoriali omogenee".

"Sono considerate zone territoriali omogenee, ai sensi e per gli effetti dell'art. 17 della legge 6 agosto 1967, n. 765:

A) le parti del territorio interessate da agglomerati urbani che rivestono carattere storico, artistico o di particolare pregio ambientale o da porzioni di essi, comprese le aree circostanti, che possono considerarsi parte integrante, per tali caratteristiche, degli agglomerati stessi;

B) le parti del territorio totalmente o parzialmente edificate, diverse dalle zone A): si considerano parzialmente edificate le zone in cui la superficie coperta degli edifici esistenti non sia inferiore al 12,5% (un ottavo) della superficie fondiaria della zona e nelle quali la densità territoriale sia superiore ad 1,5 mc/mq;

C) le parti del territorio destinate a nuovi complessi insediativi, che risultino inedificate o nelle quali la edificazione preesistente non raggiunga i limiti di superficie e densità di cui alla precedente lettera B);

D) le parti del territorio destinate a nuovi insediamenti per impianti industriali o ad essi assimilati;

E) le parti del territorio destinate ad usi agricoli, escluse quelle in cui - fermo restando il carattere agricolo delle stesse - il frazionamento delle proprietà richieda insediamenti da considerare come zone C);

F) le parti del territorio destinate ad attrezzature ed impianti di interesse generale".

Note all'articolo 4.

Comma 1, lettera c).

Regolamento regionale 11 giugno 2003: "Regolamento di attuazione della legge regionale 18 ottobre 2002, n. 26: "Norme e incentivi per la valorizzazione dei centri storici della Campania e per la catalogazione dei beni ambientali di qualità paesistica. Modifiche alla legge regionale 19 febbraio 1996, n. 3."

Articolo 37: "Centri storici di particolare pregio."

"1. Sono riconosciuti "Centri storici di particolare pregio" gli insediamenti che, oltre ad appartenere alle classi di cui all'articolo 2, comma 1, ed essere inclusi nell'Elenco degli insediamenti censiti", di cui al medesimo articolo 2, comma 2, lettera b), della legge regionale n. 26/2002, si distinguono per la conservazione in misura rilevante di tutti o parte dei seguenti caratteri identificativi: a) impianto urbanistico ed edilizio originario;

b) elementi costruttivi propri della morfologia del contesto originario;

c) cromie proprie delle superfici esterne originarie;

d) presenza di emergenze architettoniche, monumentali e spaziali rappresentative delle qualità percettive, emozionali di un luogo e di un percorso. Si fa riferimento ad edifici di interesse storico, artistico, architettonico e monumentale, a piazze, vicoli, cortili, a modi d'uso del tessuto urbano (il Corso della passeggiata, la Piazza degli incontri, ecc.), nonché ad ambiti di rilevante valore scenografico, che innescano processi di orientamento e identificazione;

e) presenza di modelli, forme e tessuti edilizi che identificano valori e aspetti di un'immagine storica dell'insediamento, fissata in un determinato momento;

f) assenza di situazioni edilizie estranee, cioè di quei processi di trasformazione e saturazione degli spazi urbani, mediante ristrutturazioni e nuove costruzioni, anche sostitutive di unità edilizie del tessuto storico;

g) rapporto, sia funzionale che percettivo, tra nucleo storico e successiva edificazione;

h) integrazione con il paesaggio circostante e qualità del paesaggio medesimo;

i) presenza dei principali caratteri tipologici e/o architettonici e decorativi dell'insediamento storico: tipi edilizi inalterati, elementi di ornamento e di decoro, materiali e colori tradizionali, portali, edicole, fontane, ecc.;

j) conservazione e valorizzazione dei luoghi, nonché riqualificazione dei medesimi in termini di qualità e vivibilità, anche se conseguenti ad interventi di eliminazione di quegli elementi invasivi, che definiscono in negativo l'immagine e la funzionalità degli spazi urbani;

k) presenza di particolari sistemi monumentali;

l) presenza di un tessuto di attività e di produzioni artigianali tradizionali."

Note all'articolo 6.

Comma 1.

Legge 7 agosto 1990, n. 241: "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi."

Articolo 19: "Segnalazione certificata di inizio attività - Scia".

"1. Ogni atto di autorizzazione, licenza, concessione non costitutiva, permesso o nulla osta comunque denominato, comprese le domande per le iscrizioni in albi o ruoli richieste per l'esercizio di attività imprenditoriale, commerciale o artigianale il cui rilascio dipenda esclusivamente dall'accertamento di requisiti e presupposti richiesti dalla legge o da atti amministrativi a contenuto generale, e non sia previsto alcun limite o contingente complessivo o specifici strumenti di programmazione settoriale per il rilascio degli atti stessi, è sostituito da una segnalazione dell'interessato, con la sola esclusione dei casi in cui sussistano vincoli ambientali, paesaggistici o culturali e degli atti rilasciati dalle amministrazioni preposte alla difesa nazionale, alla pubblica sicurezza, all'immigrazione, all'asilo, alla cittadinanza, all'amministrazione della giustizia, all'amministrazione delle finanze, ivi compresi gli atti concernenti le reti di acquisizione del gettito, anche derivante dal gioco, nonché di quelli previsti dalla normativa per le costruzioni in zone sismiche e di quelli imposti dalla normativa comunitaria. La segnalazione è corredata dalle dichiarazioni sostitutive di certificazioni e dell'atto di notorietà per quanto riguarda tutti gli stati, le qualità personali e i fatti previsti negli articoli 46 e 47 del testo unico di cui al decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, nonché, ove espressamente previsto dalla normativa vigente, dalle attestazioni e asseverazioni di tecnici abilitati, ovvero dalle dichiarazioni di conformità da parte dell'Agenzia delle imprese di cui all'articolo 38, comma 4, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133, relative alla sussistenza dei requisiti e dei presupposti di cui al primo periodo; tali attestazioni e asseverazioni sono corredate dagli elaborati tecnici necessari per consentire le verifiche di competenza dell'amministrazione. Nei casi in cui la normativa vigente prevede l'acquisizione di atti o pareri di organi o enti appositi, ovvero l'esecuzione di verifiche preventive, essi sono comunque sostituiti dalle autocertificazioni, attestazioni e asseverazioni o certificazioni di cui al presente comma, salve le verifiche successive degli organi e delle amministrazioni competenti. La segnalazione, corredata dalle dichiarazioni, attestazioni e asseverazioni nonché dei relativi elaborati tecnici, può essere presentata mediante posta raccomandata con avviso di ricevimento, ad eccezione dei procedimenti per cui è previsto l'utilizzo esclusivo della modalità telematica; in tal caso la segnalazione si considera presentata al momento della ricezione da parte dell'amministrazione.

2. L'attività oggetto della segnalazione può essere iniziata dalla data della presentazione della segnalazione all'amministrazione competente.

3. L'amministrazione competente, in caso di accertata carenza dei requisiti e dei presupposti di cui al comma 1, nel termine di sessanta giorni dal ricevimento della segnalazione di cui al medesimo comma, adotta motivati provvedimenti di divieto di prosecuzione dell'attività e di rimozione degli eventuali effetti dannosi di essa, salvo che, ove ciò sia possibile, l'interessato provveda a conformare alla normativa vigente detta attività ed i suoi effetti entro un termine fissato dall'amministrazione, in ogni caso non inferiore a trenta giorni. È fatto comunque salvo il potere dell'amministrazione competente di assumere determinazioni in via di autotutela, ai sensi degli articoli 21-quinquies e 21-nonies. In caso di dichiarazioni sostitutive di certificazione e dell'atto di notorietà false o mendaci, l'amministrazione, ferma restando l'applicazione delle sanzioni penali di cui al comma 6, nonché di quelle di cui al capo VI del testo unico di cui al decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, può sempre e in ogni tempo adottare i provvedimenti di cui al primo periodo.

4. Decorso il termine per l'adozione dei provvedimenti di cui al primo periodo del comma 3 ovvero di cui al comma 6-bis, all'amministrazione è consentito intervenire solo in presenza del pericolo di un danno per il patrimonio artistico e culturale, per l'ambiente, per la salute, per la sicurezza pubblica o la difesa nazionale e previo motivato accertamento dell'impossibilità di tutelare comunque tali interessi mediante conformazione dell'attività dei privati alla normativa vigente.

4-bis. Il presente articolo non si applica alle attività economiche a prevalente carattere finanziario, ivi comprese quelle regolate dal testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia di cui al decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e dal testo unico in materia di intermediazione finanziaria di cui al decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58.

5. Abrogata.

6. Ove il fatto non costituisca più grave reato, chiunque, nelle dichiarazioni o attestazioni o asseverazioni che corredano la segnalazione di inizio attività, dichiara o attesta falsamente l'esistenza dei requisiti o dei presupposti di cui al comma 1 è punito con la reclusione da uno a tre anni.

6-bis. Nei casi di Scia in materia edilizia, il termine di sessanta giorni di cui al primo periodo del comma 3 è ridotto a trenta giorni. Fatta salva l'applicazione delle disposizioni di cui al comma 4 e al comma 6, restano altresì ferme le disposizioni relative alla vigilanza sull'attività urbanistico-edilizia, alle responsabilità e alle sanzioni previste dal decreto del Presidente della Repubblica 6 giugno 2001, n. 380, e dalle leggi regionali.

6-ter. La segnalazione certificata di inizio attività, la denuncia e la dichiarazione di inizio attività non costituiscono provvedimenti taciti direttamente impugnabili. Gli interessati possono sollecitare l'esercizio delle verifiche spettanti all'amministrazione e, in caso di inerzia, esperire esclusivamente l'azione di cui all'art. 31, commi 1, 2 e 3 del decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104.

Note all'articolo 9.

Comma 1.

Legge Regionale 15 marzo 1984, n. 15: "Nuova Normativa per la classificazione delle aziende alberghiere ed all'aria aperta".

Note all'articolo 10.

Comma 3.

Regolamento regionale 11 giugno 2003 già citato nella nota all'articolo 4.

Note all'articolo 12.

Comma 1.

Legge Regionale 15 marzo 1984, n. 15 già citata nella nota all'articolo 5.





Via Del Corso - Villa De Marco - MONTELLA (AV)

Iniziativa cofinanziata dall'Unione Europea
Fondo F.E.A.S.R. - PSR Campania 2007-2013
Asse 4 - Attuazione dell'Approccio Leader