

**UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE E SOCIALI

**CORSO DI LAUREA IN LINGUE E COMUNICAZIONE PER L'IMPRESA E IL
TURISMO**

ANNO ACCADEMICO 2019/2020

TESI DI LAUREA

**UN MODELLO DI VIAGGIO ALTERNATIVO: I BACKPACKERS E GLI
OSTELLI**

DOCENTE RELATORE:
Prof.ssa Cristina Scarpocchi

STUDENTESSA: Vania Di Raimondo
Matricola 16 E02 508

Perché ogni vero viaggio presuppone la disponibilità ad accettare l'imprevisto, qualunque esso sia, anche quello di non sapere più di preciso chi si era prima di partire.

Simona Vinci

Indice

Introduzione	5
1. Origini e caratteristiche del turismo indipendente	7
1.1 Le origini del turismo backpacker	7
1.2 Chi sono i backpackers?	8
1.3 Caratteristiche e motivazioni del viaggio indipendente	9
2. Il ruolo degli ostelli nel turismo indipendente: ieri e oggi	12
2.1 Quando e perché sono stati creati.....	12
2.2 Gli ostelli, una soluzione per i senzatetto	12
2.3 Come sono cambiati gli ostelli e a chi si rivolgono oggi	14
3. Red Nest Hostel	16
3.1 Lo stage	16
1. 3.1.1 Le mansioni	16
2. 3.1.2 Lavorare con PMS- Property Management System	18
3.2 L'azienda FeetUp.....	19
3. 3.2.1 Il gruppo Nest Hostels	19
4. 3.2.2 The friendliness specialists.....	21
5. 3.2.3 I Nest Hostels in collaborazione con l'azienda Tour Me Out	21
Conclusione	23
Bibliografia	24
Sitografia	24
Ringraziamenti	26

Introduzione

In passato, viaggiare era considerato un'attività per soli benestanti e quindi non accessibile a tutti. Nel corso degli anni, l'industria del viaggio si è rivoluzionata soprattutto grazie alla forte presenza di compagnie definite *low-cost* (a basso prezzo). Il turismo *low-cost* è nato negli Stati Uniti nel 1971 con la compagnia aerea *Southwest Airlines*, poi nel corso degli anni si è esteso in altri settori quali alberghiero e dei trasporti in generale.

La scrittura del presente lavoro parte proprio da questo presupposto e dalla conseguente introduzione del turismo *low-cost* come metodo innovativo del viaggio che si rivolge non solo alle persone appartenenti alla classe media ma anche a quelli con poche disponibilità economiche, in particolare ai viaggiatori che si definiscono “backpackers” che hanno fatto del viaggio a basso costo, un modello di vita. In particolare, tutte le nozioni teoriche che sono state evidenziate, hanno come fine ultimo il paragone con un caso specifico, quello della Nest House S.L., azienda di accoglienza del tirocinio curriculare svolto nel secondo semestre del terzo anno di studi, approfondito nell'ultimo capitolo di questa tesi.

Ma analizzando cronologicamente questo lavoro nel suo ordine di scrittura, il primo capitolo gravita sul *backpacker* tipo di turista che riduce le spese al minimo: dopo una breve introduzione sull'origine di questo modo di viaggiare, si è rivelato necessario analizzare chi è nello specifico il *backpacker* e cosa lo distingue dagli altri tipi di viaggiatori.

Il fil rouge di questa prova finale di tesi diventa, da questo momento in poi, la volontà di rispondere a delle domande che sorgono spontanee quando ci troviamo ad addentrarci nel grande mondo dei cosiddetti viaggiatori indipendenti. Di seguito, per l'appunto, ci siamo chiesti quali fossero le particolarità di un *backpacker* e, in tal caso, dove risiedessero le motivazioni e le caratteristiche di questo modo di viaggiare.

Il capitolo successivo ha come nucleo di interesse il ruolo degli ostelli nel viaggio indipendente. La scelta di analizzare alcuni aspetti degli ostelli non è però casuale poiché nasce dall'esigenza di conoscere in maniera più approfondita questa tipologia di strutture alberghiere, che non è solo rilevante a livello generale ma lo è altrettanto per *Nest House S.L.*, l'azienda in cui il tirocinio curriculare è stato svolto. Per questa ragione si è deciso di evidenziare in breve i cenni storici di questa struttura ricettiva, perché si distingue e a chi si rivolge.

L'ultimo capitolo mette in luce alcune specifiche della *Nest House S.L.*, analizzando in particolare il *Red Nest Hostel*. Dopo una breve introduzione di spiegazione del tirocinio curriculare, sono state elencate le mansioni svolte in azienda nell'ambito dell'assunzione del ruolo di "Reception and Customer Service Internship", spiegando inoltre, il programma applicativo *PMS-Property Management System* con il quale l'azienda lavora. A conclusione di questo ultimo capitolo si è analizzata nello specifico l'azienda *Feet Up* e il gruppo *Nest Hostel S.L.* e la loro collaborazione con l'azienda spagnola *Tour Me Out*.

1. Origini e caratteristiche del turismo indipendente

1.1 Le origini del turismo backpacker

Inteso come un momento di arricchimento culturale e umano, il viaggio diventa durante l'età dei lumi un'esperienza imprescindibile di crescita per i rampolli dell'aristocrazia europea, sulla spinta dell'ottimismo nella ragione e del cosmopolitismo. I persecutori diretti di questo tipo di turismo possono essere rintracciati in alcune forme storiche di viaggio a lungo termine degli ultimi secoli, che vengono spesso considerate le radici del turismo in generale.

Molto importante per lo sviluppo del viaggio indipendente è il cosiddetto *Tramping* (ovvero “vagabondaggio” in cerca di lavoro), una tipologia di viaggio meno “nobile” ed elitaria, caratteristica delle classi inferiori. Questa pratica ha raggiunto il suo culmine nel XIX secolo in Europa e può essere considerata una vera e propria forma di turismo, perché offriva la possibilità di visitare e conoscere luoghi e altre culture.

Oltre al carattere di esperienza educativa, il *Tramping* funzionava, come rito di passaggio all'età adulta, eredità del turismo giovanile, sopravvive ancora nel turismo indipendente, tanto che “il modello del rito di passaggio è un utile strumento euristico per l'interpretazione delle dinamiche e della funzione del backpacking”.

Anche il viaggio motivato da esigenze lavorative può essere considerato una radice storica dell'esperienza turistica giovanile contemporanea, in virtù dei suoi aspetti educativi e rituali, innanzitutto, ma anche per l'aspetto professionale.

Il nomadismo giovanile è stato un fenomeno molto diffuso nell'ovest pre-moderno. Le classi sociali inferiori vagabondavano in cerca di un impiego, divennero il modello formativo per l'emergente e moderna classe media di giovani viaggiatori: “viaggiare per divertimento e per fare esperienza” può esser la frase che racchiude la loro ideologia.

Se i primi *tramp* viaggiavano prettamente per lavoro, i loro successori si spostano per esplorare posti remoti, lontani dalle persone e da ciò che la loro presenza comporta: i primi individui a vagare da soli per il mondo, conosciuti negli anni '60 e '70 come *drifters*, sono i predecessori dei più recenti giovani viaggiatori noti oggi come backpackers. Se il modello per il *drifter* era il *tramp* (vagabondo), il *drifter* ora è il modello per il *backpacker*. Ma questa divisione cronologica non è poi così rigorosa: la diffusione dei *drifters* era già iniziata negli anni '70 e anche oggi essi possono essere trovati in località remote e non ancora toccate dalla corrente del turismo *backpackers*.

1.2 Chi sono i backpackers?

Il termine “*Backpacker*” letteralmente significa “coloro che portano lo zaino”, con riferimento quindi al tipo di bagaglio più diffuso tra i viaggiatori indipendenti. Tale espressione viene usata dai viaggiatori stessi e adottata anche nel linguaggio accademico a partire dagli anni Novanta.

Gli studiosi di questa tipologia di turismo osservano che il turismo backpacker contemporaneo è più strutturato, sia in termini di pratiche e itinerari sia dal punto di vista simbolico (vale a dire sul piano della costruzione di significati associati al viaggio) rispetto al vagabondaggio senza meta dei *drifters*. Inoltre, essi hanno definito questi viaggiatori come:

“i backpackers sono viaggiatori che manifestano una preferenza per sistemazioni a basso prezzo; danno grande importanza al conoscere altre persone (locali e viaggiatori); preferiscono un programma di viaggio organizzato in modo autonomo e flessibile; vacanze lunghe piuttosto che brevi; ed esprimono una predilezione per attività ricreative informali e sociali.”

Basandoci sulle tipologie di esperienza turistica definite da Cohen (1979) gli autori classificano la categoria backpackers in base agli atteggiamenti che essi nutrono verso il “centro” culturale di origine e i centri “altri”. In tal modo è possibile identificare una serie di profili backpackers:

- 1) Il turista backpacker *ricreativo*: è colui che è guidato dalla ricerca del piacere e del divertimento nella consapevolezza che gran parte delle attività svolte si trattano di attività preconfezionate e messe in scena per il turista, egli non è motivato dalla curiosità verso altre culture e altri “centri”.
- 2) Il turista backpacker *diversivo*: è colui alienato dai valori della società di origine, per lui il viaggio diventa “una semplice fuga dalla noia e dall’assenza di significato della routine”.
- 3) Il turista backpacker *esperienziale*: è colui che sente di non appartenere alla propria società di origine e va alla ricerca di significati autentici in altri luoghi e stili di vita, ma si limita ad osservarli maturando, perciò, “un’esperienza solo vicaria, di seconda mano, dell’autenticità della vita di altri”.
- 4) Il turista backpacker *sperimentale*: è colui che è alla ricerca di un centro spirituale alternativo a quello della propria cultura, a cui si sente estraneo, e “sperimenta” stili di vita diversi, senza tuttavia impegnarsi totalmente in un sistema valoriale specifico.

- 5) Il turista backpacker *esistenziale*: è colui che ha trovato un certo spirituale fuori dai confini della propria società e ha vissuto una sorta di “conversione religiosa”. Si tratta di persone che per una varietà di motivi pratici non possono o non vogliono trasferirsi in maniera definitiva nel loro centro “elettivo”, ma vivono in due mondi: il mondo della loro vita quotidiana e il mondo del loro entro “elettivo” verso dove compiono pellegrinaggi periodici.

La constatazione di atteggiamenti e l’osservazione della varietà di significati attribuiti al viaggio li porta a concludere che benché i backpackers siano diversi per orientamento e atteggiamenti, tuttavia condividono un’identità comune che si fonda su: la durata del viaggio, la flessibilità degli itinerari e risorse economiche limitate. Questi attributi formali sono anche i principi sui quali i viaggiatori indipendenti fondano il riconoscimento del prestigio personale e insieme la propria distinzione dai turisti istituzionali.

1.3 Caratteristiche e motivazioni del viaggio indipendente

La principale caratteristica formale che distingue il viaggiatore indipendente è stata riconosciuta nella disponibilità di risorse economiche limitate: aspetto che si connette ad altri attributi formali del viaggio, come la scelta di sistemazioni e mezzi di trasporto e la pratica di lavorare mentre si è in viaggio. Si tratta di un elemento riconosciuto dai viaggiatori come parte integrante dell’identità di un backpacker e della propria autodefinizione. Lo stile di vita improntato alla riduzione delle spese all’essenziale è, quindi, cruciale per la costruzione dell’identità del viaggiatore. In altre parole, “la capacità di vivere in maniera economica e di ottenere i migliori affari” sono indicatori di un “viaggiatore esperto”.

Il budget economico limitato, che è insieme un valore e un carattere formale del viaggio, si sostanzia in una serie di comportamenti correlati, primo fra tutti l’interruzione momentanea del viaggio in occasione di occupazioni temporanee. È questa l’eredità più evidente della tradizione del *tramping* all’interno del viaggio contemporaneo. Se, tuttavia, nel *tramping* il viaggio era funzionale alla ricerca di un’attività lavorativa, oggi la possibilità di occupazioni temporanee è ritenuta

strumentale per soddisfare l'esigenza prioritaria, il viaggio stesso, e soprattutto per garantirne il prolungamento temporale.

Nuove possibilità di occupazione e di sostentamento durante il viaggio sono offerte da *internet*, ed è proprio questo uno dei cambiamenti più significativi dell'esperienza di viaggio connesso all'uso dei nuovi media. Infatti, tra i vari esempi di attività professionali online vi sono: servizi di intermediazione turistica e attività di giornalismo online. Nel caso dei giornalisti online, il soggetto in questione racconta i suoi viaggi in un blog ospitato da un quotidiano nazionale. Internet rappresenta per alcuni viaggiatori la fonte di sostentamento che permette di continuare a viaggiare; e per altri, l'occasione per dar vita a una tattica di resistenza creativa che consente di riappropriarsi, traendone beneficio, di quello che era percepito come un limite delle nuove professionalità della *network society*. Il tele-lavoro si riconfigura nei termini di un'attività lavorativa "mobile", che consente libertà di movimento e flessibilità dei tempi lavorativi.

Ritornando alle abilità del backpacker, quella di ridurre le spese al minimo, simbolo di *road status*, si riflette soprattutto nella preferenza per sistemazioni notturne economiche. Nella scelta dell'alloggio, compiuta sempre in base a un criterio economico, è determinante anche la destinazione e il paese in cui si viaggia. La maggior parte dei backpackers preferisce alloggiare in ostelli, appartamenti in condivisione con altri viaggiatori o da amici e parenti.

L'eterogeneità degli alloggi va messa in relazione anche con i mezzi di trasporto. I backpackers dimostrano una preferenza per il trasporto via terra, *overland*. In genere i trasferimenti aerei sono ridotti all'essenziale (limitati alla partenza da casa e al ritorno), mentre durante il viaggio gli spostamenti avvengono con una varietà di trasporto su strada, su rotaia, e a volte anche per mare.

La pratica di alloggiare in sistemazioni economiche e la scelta del trasporto su strada o via mare sembrano, quindi, rispondere in primo luogo a una funzione strumentale: il risparmio economico. Entrambe, tuttavia, si saldano profondamente con aspirazioni e orientamenti tipici della cultura dei viaggiatori:

- La ricerca di un'esperienza autentica, di contro all'esperienza nella "bolla" turistica, fondata sul modello del viaggio come lenta transizione fra il punto di partenza e la destinazione finale;
- La costruzione sociale di un'identità, quella del viaggiatore, sulla base del rifiuto del turismo mainstream;
- La disposizione all'incontro e alla socializzazione con altri viaggiatori e persone locali.

Le motivazioni che orientano le scelte del viaggiatore indipendente quindi non sono di natura esclusivamente economica: importante è anche il desiderio di "conoscere altre persone" che costituisce "un obiettivo primario del viaggio" e un altro ingrediente simbolico dell'anti-turismo.

2. Il ruolo degli ostelli nel turismo indipendente: ieri e oggi

2.1 Quando e perché sono stati creati

Il primo ostello della gioventù nasce ad Altena (una città di circa 20.000 abitanti) in Germania nel 1912. Il fautore di questa innovazione è Richard Schirrmann, un maestro che dopo essersi trovato in gita scolastica costretto a passare la notte in un granaio per la mancanza di strutture economiche in cui dormire, capisce la necessità di creare dei luoghi che permettano anche ai giovani con scarse disponibilità economiche di viaggiare. Fu così che Schirrmann decise di inaugurare il suo primo ostello in un castello restaurato di Altena.

Questi primi ostelli erano infatti una forte espressione dell'ideologia dell'inizio Novecento. La gente povera necessitava di andare in cerca di cibo e sostentamento. Per questo era soprattutto un movimento giovanile, rivolto ai giovani, e saranno questi a dirigerlo, per cui i costi diverranno minimi.

Da allora gli ostelli per la gioventù hanno conosciuto una diffusione sempre maggiore e sono arrivati a coprire un'estensione territoriale immensa: già nel corso degli anni '30 gli ostelli della gioventù nella sola Germania arrivano ad essere 2000. Nel 1932 si tiene una conferenza internazionale che vede la nascita della Federazione Internazionale degli Ostelli per la Gioventù, creata con l'intenzione di coordinare tutte le strutture che offrivano ai giovani posti letto a prezzi economici.

Nel 1945 nasce l'Associazione Italiana Alberghi per la Gioventù, che nel 1949 entra a far parte della Federazione Internazionale, a rappresentare quelli che oggi sono circa 4000 ostelli distribuiti dal nord al sud dello Stivale. Da lì in avanti gli ostelli in Europa e nel Mondo si sono diffusi a macchia d'olio, permettendo ai viaggiatori di trovare un ostello che possa ospitarli ovunque essi si trovino.

2.2 Gli ostelli, una soluzione per i senzatetto

Nel vasto panorama degli studi sociologici sulla povertà e sull'esclusione sociale, il fenomeno della *homelessness* - termine col quale si suole indicare la condizione di

quanti sono privi di un'abitazione propria – occupa uno spazio piuttosto limitato. La scarsa attenzione alle condizioni di quanti vivono in strada (una popolazione variamente definita con termini più o meno desueti e stigmatizzanti: *clochard*, *sans-abri*, *barboni*, *tramp*, ecc.) o comunque in affidamento presso i servizi socio-assistenziali rappresenta, d'altro canto, un tratto riscontrabile anche sul piano dell'intervento politico, dove le azioni di contrasto alla *homelessness* sono state generalmente poche e certamente marginali rispetto, per esempio, ai poderosi programmi di lotta alla povertà e alla disoccupazione.

Nell'epoca attuale, il problema dei senzatetto permane grave in tutta Europa e la tipologia del senzatetto sta mutando. Lo stereotipo del senza fissa dimora è quella dell'uomo solo, di mezza età, che dorme in strada, mentre sono sempre più numerosi i giovani, le donne, i separati, gli immigrati e i richiedenti asilo che non hanno un alloggio. Tale condizione ha effetti negativi sia sulla persona che la vive sia sulla società. Nonostante i progressi compiuti da molti Stati membri per affrontare il fenomeno, è sempre più acuta la necessità di mettere a punto strumenti politici e di incrementare il coordinamento a livello di Unione europea. Non soltanto la definizione di senzatetto varia ampiamente da Stato a Stato, ma anche i dati raccolti e i rapporti differiscono notevolmente.

Grazie all'intervento delle associazioni non governative (ONG) e alla FEANTSA (Federazione europea delle associazioni nazionali che si occupano dei senzatetto), oggi gli *homelessness* vengono aiutati nel trovare una dimora, un letto, un pasto caldo e cure mediche. Ed è proprio qui che entrano in gioco gli ostelli, che da sempre si occupano di collaborare con le associazioni offrendo un rifugio.

Gli ostelli sono probabilmente tra i più antichi istituti per i senzatetto. La creazione di queste strutture è stata effettuata come soluzione agli effetti dell'industrializzazione e urbanizzazione del XIX° secolo. Con il fenomeno dell'immigrazione in aumento, gli ostelli divennero un'ottima soluzione per i senzatetto di quel periodo.

Oggi, nella maggior parte dei paesi europei, gli ostelli assumono un ruolo importante nella collaborazione con le organizzazioni non governative (ONG), ospitando persone e famiglie in difficoltà. Gli ostelli per i senzatetto godono di una

grande capienza (alcuni hanno anche più di cento letti) e molti di loro condividono la camera da letto con altre persone, che hanno le stesse necessità.

Gli ostelli si distinguono dagli altri alloggi non solo per lo spazio limitato e per il fatto che molte persone condividano la stessa stanza, ma anche per la condivisione degli spazi comuni quali cucina, sala mensa, sala relax e bagni.

La maggior parte di questi alloggi temporanei sono supervisionati dal personale di turno. Alcuni ostelli sono supervisionati da operatori di volontariato sociale e umanitario o dal personale dell'ostello, ma solo presenti durante il giorno, o in alcune ore prestabilite.

2.3 Come sono cambiati gli ostelli e a chi si rivolgono oggi

Gli ostelli sono cambiati: il loro miglioramento in termini di design e servizi è sotto gli occhi di tutti, non solo dei clienti più giovani ma anche di tante famiglie che scelgono queste strutture per vacanze all'insegna di divertimento e risparmio.

Se una volta infatti alloggiare in un ostello significava essenzialmente risparmiare, e quindi poter usufruire di servizi ridotti al minimo in strutture poco accattivanti e poco attente a qualità e ai dettagli, oggi gli ostelli non hanno nulla da invidiare ai tradizionali hotel, per la cura e l'originalità degli arredi e per la vasta gamma di servizi offerti (anche perché, va sottolineato, la maggior parte degli ostelli dispone anche di stanze private e di bagni privati).

Ma la differenza principale con un hotel si nasconde proprio nella filosofia alla base degli ostelli: giovani (e meno giovani) da tutto il mondo li scelgono ormai non per risparmiare (o almeno non solo), ma piuttosto perché sanno benissimo che in ostello potranno conoscere un sacco di gente, far festa e godere di un'atmosfera di condivisione che rende il viaggio un'esperienza sociale.

Questa tipologia di dimora, dove fermarsi a dormire durante un viaggio per uno o più giorni, ha delle caratteristiche specifiche. La maggior parte ha stanze con più letti, spesso a castello, che consentono di condividere il sonno con persone di qualsiasi razza,

religione, età, provenienza. I bagni e le docce sono in comune così come, in alcuni casi, c'è una cucina da utilizzare insieme ad altri. Gli ostelli cosa sono se non un'esperienza unica, che sta proprio nell'offrire degli spazi condivisi, soprattutto delle aree dove svolgere attività ricreative, leggere, giocare o chiacchierare con altri turisti. In questi spazi si crea un'atmosfera familiare e il viaggio acquista ancora più valore proprio perché in questo modo si ha la possibilità di conoscere nuove persone, nuove culture, nuovi linguaggi e nuove storie.

Oggigiorno tra i servizi aggiuntivi degli ostelli ci sono la connessione wi-fi gratuita, ma anche la presenza di bagni privati, aria condizionata, tv satellitare, lavatrici, la possibilità di avere la colazione o di poter scegliere stanze per soli uomini, sole donne o miste. Molte dimore, inoltre, offrono un servizio di biancheria completa ed organizzano escursioni e attività in un pacchetto completo per i loro clienti.

Gli ostelli si orientano molto di più verso il “far sentire il cliente a casa”, infatti la maggior parte degli ostelli sono gestiti da giovani sotto i 35 anni e di nazionalità differente. Inoltre, gli ostelli organizzano differenti serate quali *pizza night*, *karaoke night*, *paella night* o *movie night*, permettendo a coloro che soggiornano nell'ostello di partecipare ad attività e al contempo conoscere gente proveniente da ogni parte del mondo.

3. Red Nest Hostel

Nel corso di quest'ultimo capitolo conclusivo, ci soffermeremo sul tirocinio curriculare svolto nell'arco del terzo anno di studi. Nello specifico, dopo una breve analisi delle mansioni svolte nell'azienda di accoglienza e delle sue dinamiche di lavoro, daremo chiarimenti di tipo pratico sulla base dell'esperienza, analizzando l'azienda di inserimento e il suo contesto.

3.1 Lo stage

Il tirocinio curricolare svolto da maggio a settembre 2019 presso l'azienda Nest House S.L. e in particolare presso l'ostello Red Nest Hostel a Valencia (Spagna), si è rivelata un'opportunità di apprendimento e approfondimento di alcuni temi riguardanti, oltre che il normale svolgimento del lavoro in azienda, soprattutto alcuni campi specifici come l'accoglienza al cliente e l'organizzazione generale della reception dell'ostello. In particolare, la mansione di assunzione - di cui analizzeremo le specifiche nel corso del capitolo - prendeva il nome di "Reception and Customer service Internship" proprio ad indicare le mansioni del receptionist e il servizio clienti.

3.1.1 Le mansioni

Volendo analizzare la mansione svolta presso il Red Nest Hostel più nello specifico, possiamo affermare che il lavoro svolto presso l'azienda si basava essenzialmente su due aspetti fondamentali:

- La gestione della reception, ovvero tutto quello che riguarda l'organizzazione e la gestione delle prenotazioni e dei clienti in generale. Come vedremo nel corso di questo capitolo, il receptionist del Red Nest Hostel lavora principalmente con il programma PMS-Property Management System dove è possibile gestire tutto quello che succede all'interno della struttura.
- Per quanto riguarda la gestione delle prenotazioni, il receptionist ha il ruolo di controllare l'arrivo di nuove riserve di continuo, dato che potrebbero trattarsi di backpackers che soggiorneranno in serata o di persone con richieste particolari. Tali prenotazioni possono essere effettuate principalmente secondo tre differenti modalità: internet, mail/telefono o walk-in.

- 1) *Internet*: la maggior parte delle prenotazioni viene effettuata tramite le differenti OTAs (Online Travel Agencies), quali Booking.com, Expedia.com, Airbnb.com, o Hotelbeds.com.
- 2) *Mail/Telefono*: le prenotazioni tramite mail o telefono possono essere effettuate solo pagando il prezzo totale della prima notte.
- 3) *Walk-in*: i clienti che prenotano direttamente alla reception possono pagare il prezzo intero della prima notte nel caso di una prenotazione o pagare l'intero prezzo del soggiorno nel caso di check-in immediato.

In caso di cancellazioni/modifiche, no show o overbooking:

- 1) *Cancellazioni/Modifiche*: esse possono effettuarsi solo 24 ore prima dell'arrivo del cliente, nel caso di cancellazione è possibile rimborsare la prima notte.
- 2) *No show*: Prima di tutto bisogna controllare che il cliente non abbia inviato una mail per informare l'ostello del non arrivo. Nel caso di nessun avviso da parte del cliente, egli dovrà comunque pagare la prima notte.
- 3) *Overbooking*: quando arriva una nuova prenotazione nel sistema e non vi è posto per quelle persone o la camera selezionata non è disponibile, è compito del receptionist trovare la migliore soluzione e al più presto. In tal caso è possibile effettuare un "Upgrade" della prenotazione o cercando una soluzione nelle altre strutture *Nest Hostel/Hotel*.

Il receptionist ha il compito di gestire le prenotazioni e di valutare le migliori soluzioni valutando tutte le esigenze del cliente e consultando le politiche delle differenti OTAs.

L'accoglienza del cliente e tutto quello che va oltre alla reception. Bisogna sempre mettere al primo posto, il cliente. L'arrivo del cliente è la parte più importante, per questo l'azienda ci ricorda che "non vi è mai una seconda opportunità per dare una buon prima impressione". Il check-in avviene dalle 14:00, e quello è proprio il momento esatto dove possiamo far vedere tutte le nostre potenzialità.

Bisogna accogliere il cliente con il sorriso, dopo aver chiesto i documenti, registrato i dati del cliente ed effettuato il check-in, il receptionist ha il compito di spiegare, grazie all'utilizzo di una mappa, cosa la città in questione può offrire e quali sono le attrazioni che i clienti non possono assolutamente perdere.

È molto importante spiegare al cliente che in ostello vi è la possibilità di fare colazione al prezzo aggiuntivo di € 2.50, che vi è una cucina con possibilità di utilizzare il frigorifero e i fornelli e un bar aperto tutte le sere.

Inoltre, che i clienti hanno la possibilità di utilizzare la terrazza dell'ostello, usufruire del servizio di lavanderia o rilassarsi nell'area relax dove troveranno una TV, computer con accesso gratuito a internet, suonare la chitarra o giocare a biliardo.

3.1.2 Lavorare con PMS- Property Management System

Il Property Management System è un programma applicativo utilizzato dal personale alberghiero (front office e back office) per gestire il planning delle camere, le attività di check-in e check-out, i conti, la fatturazione. Alcuni software più completi consentono la gestione del magazzino, l'analisi del revenue (gestione dell'utile) e la pianificazione delle tariffe.

Il *Property Management System* offre agli albergatori numerosi vantaggi per lo svolgimento della loro attività, tra cui i seguenti:

1) *Operazioni di check-in/check-out ottimizzate:*

- Con possibilità di servire i clienti ovunque e in qualsiasi momento, grazie a un sistema PMS per gli hotel "mobile-enabled" e basato sul cloud.
- Maggiore libertà per gli addetti al front desk che possono dedicare più tempo alle attività di accoglienza degli ospiti, assegnazione delle camere, servizi ai clienti e operazioni di check-out, ovunque sia attiva una connessione Internet.

2) *Migliore servizio di housekeeping:*

- Maggiore efficienza dell'attività di housekeeping mediante aggiornamenti istantanei sui dispositivi mobile degli addetti al servizio nel momento in cui i clienti effettuano il check-out e liberano le camere per consentirne la pulizia.
- Maggiore flessibilità nella gestione delle camere e tempi di risposta più brevi per il servizio in camera.
- Possibilità di identificare e gestire i necessari interventi di manutenzione, in modo da garantire che le camere siano sempre pulite e in perfette condizioni.

3) *Sistemi di back office integrati:*

- Connessione tra le attività operative e i processi finanziari attraverso integrazioni preconfigurate con i sistemi di gestione dei crediti e debiti correnti, gateway di pagamento, applicazioni per il settore alberghiero e dispositivi dell'infrastruttura.
- Gestione integrata dei crediti correnti e delle commissioni.

- Registrazione accurata degli addebiti sul conto dei clienti per una fatturazione più rapida e accurata.

4) *Gestione efficace delle attività di distribuzione dell'hotel:*

- Incremento del tasso di occupazione delle camere e dell'ADR mediante la gestione di tariffe e disponibilità in tempo reale nei vari canali di distribuzione.
- Aumento delle vendite tramite canali di prenotazione diretta sul sito Web del marchio.

5) *Migliore revenue management*

- Possibilità per i manager di migliorare l'ADR grazie a numerose opzioni di impostazione e gestione avanzata delle tariffe per agevolare il revenue management manuale e semiautomatico.

6) *Gestione ottimizzata dei dati dei clienti*

- Gestione centralizzata e protetta dei dati dei clienti e migliore qualità e precisione dei loro profili.
- Possibilità di capire gli schemi di acquisto dei clienti per definire pacchetti e servizi più mirati.
- Garanzia di conformità con le normative nazionali e internazionali in materia di trattamento dei dati.

3.2 L'azienda FeetUp

3.2.1 Il gruppo Nest Hostels

Nell'anno 2002, il presidente e fondatore del gruppo FeetUp, si unisce al gruppo di *Youth Hostels* a Valencia, come responsabile e amministratore del *Hôme Youth Hostel* e *Hôme Backpackers Valencia*. Nell'anno 2005, Il gruppo FeetUp ottiene il premio come miglior catena di ostelli e il sesto posto come migliori ostelli del mondo secondo HostelWord. Nel 2006 un gruppo di soci decide di gestire diversi ostelli in maniera indipendente. Successivamente, nel 2009, il gruppo FeetUp si unisce al gruppo Nest, due gruppi dello stesso settore. Oggi l'azienda vanta ben sette strutture quali:

1) *Garden House Hostel* a Barcellona.

Dove il personale diffonde il “Good Vibes” a tutti i clienti. Il Garden House Hostel è uno dei pochi ostelli a Barcellona che offre un posto per staccare dalla routine, cercando sempre di trasmettere la tranquillità che si desidera.

2) *Yellow Nest Hostel* a Barcellona.

Questo ostello si trova nel quartiere *Les Corts*, a soli tre minuti a piedi dallo *Stadio di Calcio Camp Nou* di Barcellona. Vanta una vasta scelta di camere tra cui dormitori misti, per solo ragazze e camere private.

3) *Purple Nest Hostel* a Valencia.

Situato nel centro e nel cuore di Valencia, a soli dieci minuti a piedi dalla *Catedral de Santa Maria de Valencia*. Le camere dell’ostello sono molto luminose con aria condizionata e WIFI gratuito di alta velocità inclusi.

4) *Red Nest Hostel* a Valencia.

Situato a soli due minuti dal Purple Nest Hostel e a cinque minuti a piedi dal centro di Valencia, l’ostello vanta di essere uno degli ostelli più richiesti della città spagnola. Infatti, il 95% dei viaggiatori assicura che la zona in cui si trova il nostro Red Nest Ostello Valencia è il loro posto preferito in città, grazie alla vicinanza di tutti i servizi pubblici.

5) *Hôme Youth Hostel* a Valencia.

A soli sette minuti a piedi dalla *Plaza del Ayuntamiento*, l’*Hôme Youth Hostel* vanta di essere un ostello “colorato” e di non disporre di letti a castello.

6) *Hôme Backpackers* a Valencia.

Anche questo ostello è situato al centro di Valencia, con una reception aperta giorno e notte e la possibilità di camere femminili e maschili.

Nel 2019, l’azienda decide di mostrarsi sul mercato con una nuova offerta, il *Nest Style Hotel* a Valencia. Un hotel con stile “boutique” che vuole ricreare un ambiente intimo e poco convenzionale, un nuovo hotel con camere decorate dai colori vivi e rifiniture sottili ed eleganti.

3.2.2 The friendliness specialists

Il team FeetUp si definisce “friendly”, si tratta di viaggiatori che incontrano altri viaggiatori, lo staff infatti capisce al meglio le esigenze dei clienti perché anche loro hanno vissuto le stesse esperienze. Si tratta di persone giovani che amano la diversità, conoscere altre culture e persone con gli stessi interessi. Infatti, il team spesso si ritrova a condividere momenti di vita con i viaggiatori, condividendo esperienze, imparando nuove lingue e magari facendo amicizia con persone provenienti da un altro paese.

Il team FeetUp crede nelle relazioni umane e non in quelle virtuali e si basa su valori quali:

1. *La Flessibilità*: perché si adattano a qualsiasi situazione e tipo di viaggiatore.
2. *La Passione*: perché amano e credono in quello che fanno.
3. *L'Eccellenza*: perché in tutto quello che fanno mettono sempre il cliente al primo posto.
4. *La Responsabilità*: perché garantiscono che tutto vada al meglio.
5. *La Volontà*: perché si lavora in team e si ottengono risultati.
6. *Il Miglioramento continuo*: sempre si cerca di ottenere il meglio, modificando tutto quello che non va, per questo sono molto importanti i feedback dei clienti.

3.2.3 I Nest Hostels in collaborazione con l'azienda Tour Me Out

I Nest Hostels hanno ampliato i loro servizi collaborando con l'azienda Tour Me Out, azienda fondata nel 2010, in Spagna. L'azienda opera sia a Barcellona che a Valencia, offrendo una vasta gamma di servizi.

È possibile prenotare i tour offerti sia sul sito internet o direttamente in sede. Tra i vari tour troviamo:

- A Barcellona: *Pub Crawl Barcelona, Bike Tour Barcelona, Cursed Barcelona Free Tour, Gaudì Free Walking Tour, Gothic Free Walking Tour e Street Style Tour.*

- A Valencia: *Pub Crawl Valencia, Old City Tour, New City Walking Tour, Street Art Walking Tour, Old City Private Tour e Tomatina.*

I clienti degli ostelli Nest inoltre, possono usufruire di differenti attività svolte proprio dall'azienda *Tour Me Out*. Lo staff di quest'ultima si impegna ad organizzare ed effettuare alcuni dei tour precedentemente citati, due volte al giorno e completamente gratuiti. I partecipanti ai tour dovranno solamente appuntarsi in una lista indicando nome, cognome, numero di stanza, e-mail e firma.

Inoltre, ogni sera i clienti dell'ostello possono partecipare a giochi svolti sempre dall'azienda *Tour Me Out* come per esempio *Beer pong, Karaoke, Paella-Night, Agua de Valencia Night.*

Successivamente, pagando un biglietto, possono partecipare al Pub Crawl, evento che si ripete ogni sera dell'anno. Il Pub Crawl consiste in un tour di tre pub dove i clienti potranno ballare, conoscere gente o bere alcolici, a termine del "tour" il gruppo in questione si sposterà per raggiungere una discoteca precedentemente scelta dall'azienda. Il Pub Crawl e la presenza del personale *Tour Me Out* donano all'ostello un tocco di interesse in più, suscitando un interesse per l'offerta delle attività per la maggior parte gratuite, che sia *Tour Me Out* e l'ostello offrono.

Conclusione

Il presente lavoro, la cui stesura parte soprattutto dall'esigenza di approfondire aspetti legati al lavoro svolto nel corso dello stage e alla struttura ospitante, è focalizzato in particolare sulla ricerca delle nozioni teoriche che hanno permesso di rispondere alle seguenti domande: “Chi sono i Backpackers?”, “Quali sono le motivazioni (oltre che economiche) per i quali i backpackers scelgono gli ostelli?”, “Perché gli ostelli si distinguono sul mercato dell'hôtellerie?”, “Cosa ha permesso all'azienda Feet Up di evolversi?”

Tutte queste domande sono state poste per metterci in condizione di comprendere la connessione tra il turismo indipendente e gli ostelli, fenomeno presente giornalmente nell'azienda diventata caso della tesi stessa.

In generale però, possiamo sottolineare che la ragione principale per cui proprio questo argomento è stato scelto deriva dal grande interesse che la mansione svolta, di cui abbiamo parlato nel terzo capitolo, ha suscitato nei mesi di stage in Spagna. In particolare, la gestione della piattaforma PMS e per il ruolo che assume il personale nei confronti del cliente, meritava un interesse particolare.

In definitiva, tutte le domande che ci siamo posti hanno un'unica grande risposta che analizza il fulcro dell'obiettivo di questo lavoro: il fenomeno di un viaggio di qualità a basso costo - che esiste solo grazie allo sviluppo del turismo *low-cost*, ad oggi considerato un modo innovativo di viaggiare - ha apportato grandi cambiamenti nella maniera di organizzare e vivere un viaggio e di conseguenza ha permesso a chiunque la possibilità di viaggiare a costi non troppo elevati. Di fatti gli ostelli vengono scelti principalmente per essere uno dei servizi migliori che il settore a basso costo possa offrire. Tra tutti gli ostelli spagnoli, l'azienda Feet Up si distingue per la varietà di servizi, di prezzi e per come confermato dai clienti per la pulizia e l'efficienza di tutto lo staff.

In conclusione, possiamo affermare che il turismo low-cost ha rivoluzionato il modo di viaggiare, permettendo soprattutto ai giovani viaggiatori indipendenti di trovare un posto che li possa accogliere in qualsiasi parte del mondo, facendoli sentire a casa anche se non si è a casa.

Bibliografia

Busch-Geertsema, V., Sahlin, I., *The Role of Hostels and Temporary Accommodation*, European Journal of Homelessness, 2007.

Mascheroni, G., *Le comunità viaggianti: socialità reticolare e mobile dei viaggiatori indipendenti*, Milano, Franco Angeli, 2007.

O'Regan, M., *Backpacker hostels: place and performance*, in Hannam K. and Diekmann A. (a cura di), *Beyond backpacker tourism: mobilities and experiences*, Bristol, channel view publications, 2010.

Richards G., and Wilson J., *The Global Nomad- Backpacker Travel in Theory and Practice*, Centre for Tourism and Cultural Change, Sheffield Hallam University, UK, 2004.

Rosenberg, H., *The "Flashpacker" and the "Unplugger": Mobile Phones (dis)connection and the Backpacking Experience.*, Mobile Media & Communication. 2018

Sitografia

Come sono cambiati gli ostelli, Job Valet.

<http://blog.jobvalet.com/ostelli-come-sono-cambiati-e-quali-sono-i-piu-belli-in-italia/>

Come sono cambiati gli ostelli, Hostels Club.

<https://www.hostelsclub.com/it/magazine/12-video-per-scoprire-come-sono-cambiati-gli-ostelli>

Compagnia a basso costo, Wikipedia.

https://it.wikipedia.org/wiki/Compagnia_a_basso_costo

Garden House Barcelona, Nest Hostels Barcelona.

<https://feetuphostels.com/it/garden-house-ostello-barcelona/>

Home Backpackers Hostel Valencia, Nest Hostels Valencia.

<https://feetuphostels.com/it/home-backpackers-ostello-valencia/>

Hôme Youth Ostello Valencia, Nest Hostels Valencia.

<https://feetuphostels.com/it/home-youth-ostello-valencia/>

L'azienda FeetUp, FeetUp Hostels.

<https://feetuphostels.com/it/>

Le origini degli ostelli, Trovami.

<https://www.trovami.com/articoli/ostelli-della-gioventu>

L'ostello, Wikipedia.

<https://it.wikipedia.org/wiki/Ostello#:~:text=L'ostello%20%C3%A8%20una%20struttura,abbienti%20di%20praticare%20il%20turismo.>

Nest Style Hotel, Nest Hostels Valencia.

<https://nesthostelsvalencia.com/it/nest-style-hotel-valencia/>

PMS- Property Management System, Bemyguest.

<https://www.bemyguest.it/glossario/pms-cosa-%C3%A8-un-pms-%E2%80%93-property-management-system.html>

PMS- Property Management System, Oracle Hotel PMS.

<https://www.oracle.com/it/industries/hospitality/what-is-hotel-pms.html>

Purple Nest Hostel, Nest Hostels Valencia.

<https://nesthostelsvalencia.com/it/ostello-valencia-purple-nest/>

Red Nest Hostel, Nest Hostels Valencia.

<https://nesthostelsvalencia.com/it/ostello-valencia-red-nest/>

Tour Me Out, Valencia e Barcelona.

<https://www.tourmeout.com/>

Yellow Nest Hostel, Nest Hostels Barcelona.

<https://feetuphostels.com/it/yellow-nest-ostello-barcelona/>

Viaggio nell'ospitalità a basso prezzo, Hostelsclub,2008.

<https://www.hostelsclub.com/it/magazine/storia-degli-ostelli-della-gioventu#commento-login-box-container>

Ringraziamenti

A conclusione del mio elaborato mi è doveroso dedicare questo spazio alle persone che hanno contribuito, con il loro instancabile supporto, alla realizzazione dello stesso.

In primis, un ringraziamento speciale va alla mia relatrice, la *Prof.ssa Cristina Scarpocchi*, per la sua immensa pazienza, per i suoi indispensabili consigli, per le conoscenze trasmesse durante tutto il percorso di stesura dell'elaborato.

Un ringraziamento a tutto lo staff dell'azienda Nest House S.L. a Valencia, in cui ho svolto un tirocinio formativo della durata di quattro mesi, per l'ospitalità e per le skills acquisite sul campo.

Non posso non menzionare i miei *genitori* che da sempre mi sostengono nella realizzazione dei miei progetti. Non finirò mai di ringraziarvi per avermi permesso di arrivare fin qui.

In particolare, ringrazio *mia madre*, colonna portante della mia vita, è a lei che va questa tesi. Grazie per la tua determinazione, il tuo supportarmi in qualsiasi momento della mia vita, per aver sempre creduto in me e nei miei sogni, e grazie per il tuo amore incondizionato.

Un grazie di cuore ai miei colleghi *Fabio e Stefania*, con cui ho condiviso la preparazione degli esami, gli appuntamenti mattutini in aula studio, le risate e l'intero percorso universitario.

Grazie a *Déborah, Simone, Marco, Guzzo, Filippo, Chiara* e a tutti gli altri compagni di corso per aver condiviso con me momenti indimenticabili, in particolare durante il secondo anno a Chambéry e in generale durante tutto il percorso universitario. Vi porterò sempre nel cuore.

Infine, permettetemi di ringraziare anche *me stessa*, per la determinazione e l'impegno attuo a raggiungere questo traguardo, la voglia di sfidarmi, per averci provato ed esserci riuscita.