



A cura di
Maurizio Faroldi

INSIDER

Nel film “Palombella Rossa” di Nanni Moretti, il protagonista ad un certo punto urla: “Le parole sono importanti, sono importanti!” In quel modo desiderava rivendicare il primato dell’uso corretto e del significato di ogni termine a fronte dell’uso scriteriato delle parole che avevano gli altri attori nel film.

In merito all’importanza di usare termini corretti, riflettevo su come due dei sostantivi oggi più utilizzati in ambito turistico, “Ospitalità e Accoglienza”, siano spesso considerati sinonimi, cosa che, seppure corretta dal punto di vista dell’analisi grammaticale, può marcare di

gere cioè *legare insieme*. Il significato originario di *colligere* è pratico, significa radunare, mettere insieme, restringere in minor spazio, ricevere qualcuno con dimostrazione di affetto; per estensione significa accettarlo, approvarlo, acconsentirgli e, in una parola, ascoltarlo, cioè, usare quello che fra i cinque sensi, ci mette in relazione profonda con l’altro ancora più della vista.

Accogliere significa anche *accorciare le distanze*, mettere a proprio agio, dare pari dignità e riconoscere i diritti di chi ti sta davanti, significa cioè avere un atteggiamento empatico, entrare in relazione

Ospitalità e accoglienza: concetti così distinti, così complementari

fatto, in questo settore, una sostanziale differenza.

Si può essere ospitali senza saper accogliere?

Se digito sul web i termini “Ospitale” e “Accoglienza”, scopro che molti commenti che descrivono la qualità di un soggiorno turistico o il valore di un viaggio o di una destinazione accoppiano questi due termini in forma rafforzativa. Quindi ci è essenziale ricostruire l’etimologia dei due termini. La parola “ospite” deriva dal latino *hospes*, che a sua volta condivide la radice con *hostis*, nemico: il primo indica uno straniero “favorevole”, il secondo uno “ostile”, ma il grammatico Sesto Festo indicava come *hostes* le persone straniere con gli stessi diritti dei cittadini romani, dando al verbo *hostire* il significato di “ricambiare”. Da questa etimologia si trae la conclusione che l’ospitalità si fonda sull’obbligo di ricambiare un dono con un controdono. Viene definita inoltre l’ospitalità come un rito, appunto attraverso lo scambio di doni, come un fenomeno economico perché comporta il passaggio di ricchezze, come l’atto di stabilire un legame fra gruppi sociali. Il termine “Accoglienza”, deriva da accogliere e, insieme, raccogliere che sono verbi composti da un prefisso apposto a cogliere, dal latino *colligere*, a sua volta formato da *cum* e *le-*

fraterna. In questo periodo storico e sociale dove il termine accoglienza apre a dibattiti e contrapposizioni, noi che lavoriamo nell’industria turistica come ci poniamo quotidianamente nell’esecuzione della nostra attività? Innanzitutto sappiamo per esperienza che si può essere ospitali ma non veramente accoglienti; e si può essere accoglienti anche se non si dispone di un alloggio “ospitale”. Ed è perfino abbastanza facile, provocare reazioni negative anche con un’ospitalità impeccabile, ma in cui siamo risultati carenti nella accoglienza. Quindi l’accoglienza non va confusa con l’ospitalità!

L’Italia è un paese ospitale?

D’istinto verrebbe da dire di sì. E questa convinzione viene corroborata dal fatto che, quando siamo all’estero, ci capita di sentire dire che gli italiani sono per loro natura simpatici, solari ed accoglienti. Il fatto di essere consapevoli di queste qualità, non è del tutto positivo, perché non stimola a migliorarci. Mentre invece questo aspetto, il miglioramento, è la pietra angolare di tutta la dinamica del nostro settore: dato che, al fin della fiera, la competitività si sviluppa maggiormente sulla caratura dell’attenzione che darò al mio ospite. Tant’è vero che il mantra odierno per l’hotellerie del lusso è il lusso come esclusività dove l’esclusività

corrisponde al massimo livello di attenzione riservata ad ogni ospite. Ed è proprio sull'attenzione che il nostro settore ha molto da impegnarsi, per crescer, crescere e crescere.

Quante volte sentiamo ripetere che si è perso il valore dell'ospitalità? Un grande operatore turistico Michil Costa di Corvara (bz) predica da tempo: "svuotiamo gli hotel dai clienti e riempiamoli di ospiti". Penso che ognuno di noi desideri sentirsi ospite e non cliente. E trovo che sia uno degli slogan più azzeccati. A questo punto, assodato che la migliore ospitalità possibile sia quella in cui si manifesta la migliore attenzione possibile, come potremmo definire l'accoglienza?

L'accoglienza è la sostanza dell'esperienza turistica, il ricordo dell'ospitalità primigenita, quella antica, che ispira e condiziona servizi, strutture e atmosfera. Per una località turistica, l'accoglienza è un sistema complesso, che non è fatto solamente di cortesia del personale degli alberghi e delle strutture ricettive.

Il "sistema accoglienza" è fatto di tutti gli strumenti atti a favorire un buon accesso al servizio turistico: dai servizi informativi, alle strade e ai trasporti, fino alla presenza di servizi alla persona. Ed è fatto dalle persone che entrano in contatto con gli ospiti: trasporti, banche, esercizi commerciali, servizi pubblici, e, sanità ecc." Dicevamo che all'estero ci attribuiscono una certa credibilità in fatto di cultura del turismo e di cultura dell'ospitalità.

Possiamo sottoscrivere questa considerazione se andiamo all'esperienza della Riviera Romagnola che ha saputo configurare un proprio modello ospitale, ed una modalità distinta di stare nel mercato del turismo, decisamente innovativa rispetto alle tradizionali destinazioni di mare. Il tutto accoppiato ad un alto e qualificato tasso di accoglienza infrastrutturale.

Non possiamo altrettanto convenire quando ragioniamo su aree del meridione di Italia dove convivono veri e propri campioni dell'ospitalità accoppiati a una drammatica cifra negativa nell'accoglienza.

Peccato mortale da quando sappiamo che l'accoglienza turistica è ritenuta il fattore fondamentale del successo di una

attività turistica; il valore aggiunto di una destinazione, determinante per il suo sviluppo e vero e proprio strumento di marketing; così come ripete il prof. Giancarlo Dall'Ara docente di marketing del Turismo "Fare accoglienza turistica è fare marketing".

Accoglienza: il valore aggiunto del turismo

Le migliori analisi di marketing turistico concordano nel ritenere l'accoglienza turistica sempre più un fattore determinante per lo sviluppo turistico. Nello scenario attuale, il "quadro di accoglienza" di una città o di un'area turistica assume un'importanza strategica sia come principale strumento di promozione a disposizione degli enti turistici sia quale elemento determinante per il ritorno del turista in una determinata località. L'hotel, quindi, che noi definiamo frequentemente "la nostra Casa" o "la Casa dei nostri ospiti" e di cui siamo fieri per lo stile e la personalità con cui siamo stati in grado di plasmare la nostra singolare formula di ospitalità, non è per niente un sistema chiuso! Se si vuole essere realmente competitivi e vincenti è essenziale sapersi relazionare al meglio con il territorio circostante; con i protagonisti dei servizi che impatteranno durante la permanenza del nostro ospite e contribuiranno a far percepire il quadro di accoglienza che desideriamo sia donata. Anzi, qualsiasi operazione di marketing all'esterno sarà pressoché inutile se prima non si sarà sensibilizzato il sistema turistico locale, se prima, insomma, non si sarà fatto del "marketing interno". Il concetto base è che, per una vera e profonda accoglienza turistica "ognuno di noi può fare qualcosa".

I paesi e le città turisticamente più avanzati hanno capito che, su questo tema, si gioca la sfida che determinerà i vincitori della competizione turistica di domani. Per questo motivo, la qualità dell'accoglienza è un fattore strategico di successo non solo per l'albergo, ma anche per la località e la regione. Una "coscienza turistica" e un "ambiente d'accoglienza" sono le pietre angolari di una politica turistica moderna: senza questi due elementi sarà impensabile proporre un'impresa turistica o "vendere" una località.