

“Filoxenologia” & “Xenoprassi”

La loro applicazione nell'industria alberghiera moderna

di PIERRE GOUIRAND

1. Premessa

Il progresso dei trasporti ed il recente aumento del numero dei viaggiatori hanno moltiplicato le richieste d'accoglienza e hanno messo in evidenza l'importanza di un nuovo tipo di mediazione nel turismo.

Il bisogno di accoglienza sembra aver assunto nella società contemporanea proporzioni del tutto inattese. Per comprenderle, basta vedere l'aumento del numero dei servizi offerti dai comitati d'accoglienza. In ogni città della Francia si vanno creando organismi incaricati d'integrare i “nuovi arrivati”, si chiamano: “Parigi Accoglienza”, “Nizza Accoglienza”, ecc.; in tutte le amministrazioni (Ospedali, Polizia, Comune, ecc.) e nelle grandi imprese (Banche, Industrie, grandi magazzini, ecc.) sono stati istituiti dei servizi d'accoglienza. Fino a qualche anno fa ci si rivolgeva ancora al segretariato, oppure, a meno che non si sapesse già dove andare, si chiedeva al primo passante per strada. Oggi, il “nuovo arrivato” è accolto da un impiegato specializzato, filtrato e preparato ad offrire un buon servizio.

Si sa che l'accoglienza precede qualsiasi incontro umano. Quando due individui sono faccia a faccia, che sia la prima volta o l'ennesima, uno accoglie l'altro e viceversa; l'accoglienza è quindi una procedura normale e memorabile che sembra non aver mai dato problemi in passato.

Ci si potrebbe chiedere perché l'accoglienza abbia acquisito una tale importanza nella nostra società, a tal punto da diventare un prodotto che si vende; alcuni grandi magazzini, per esempio, assumono persone il cui unico compito è dire: “Buongiorno” e “Arrivederci” ai clienti che entrano ed

escono. Definiremo il modo di accogliere un “nuovo arrivato”, “qualità d’accoglienza”, essa può fare la fortuna dei commercianti, in quanto è un elemento di transazione commerciale che non consiste solamente in uno scambio di danaro con una merce o un servizio, ma che ha assunto la dimensione di un atto sociale. Dal modo in cui siamo accolti in un negozio decideremo se tornarvi oppure no e, se veniamo “accolti veramente male” non compriamo nulla e preferiamo andare altrove. L’oggetto, da solo, non è più sufficiente, desideriamo comprare anche una “buona accoglienza”; inoltre, l’effetto della “qualità d’accoglienza” non si limita al breve momento dell’incontro, ma va ben al di là di esso, continua nel tempo. In un albergo, un cliente “mal accolto” avrà la tendenza ad essere più difficile e più esigente di un cliente “ben accolto”, che, invece, sarà più indulgente durante il suo soggiorno e probabilmente chiuderà un occhio su delle imperfezioni minori.

Le cause di questo fenomeno sono molteplici e si accumulano. All’inizio c’è l’isolamento dell’uomo nella società moderna; già Tocqueville nella “Democrazia in America” descriveva la società come: basata su principi d’uguaglianza assoluta (“nessuno deve niente a nessuno”) e causa di due mali terribili per l’uomo, l’egoismo e l’individualismo.

Ai nostri giorni, il pensiero globalizzante e mondializzante del commercio, della produzione, dell’informazione, del turismo, ecc. rendono più imperiosa la ricerca di una propria identità individuale. Questo cammino verso la mondializzazione favorisce quella radicalizzazione etnica che precede l’integralismo, dove il mondo nuovo appare come un mondo in cui esistono solo vincitori e vinti.

Nella sua vita materiale, l’uomo è sempre più isolato: la famiglia è in disfacimento, gli appartamenti sono piccoli e rendono le riunioni difficili, comunemente si viaggia soli in automobile e l’altro guidatore è visto come un nemico, che impedisce di andare più veloce o di parcheggiare dove si desidera. I componenti della famiglia passano sempre più tempo davanti alla televisione, non si parlano più, e se lo fanno è solamente per litigare sul programma da guardare, ecc.

Il mondo sociale attuale è un mondo di competizioni e di conflitti, per riuscire si deve: superare l’altro, essere più brillanti, più ricchi, ecc.; inoltre, gli attuali problemi a trovare un impiego rendono la competizione ancora più dura. Tutto ciò contribuisce ad isolare l’uomo moderno, che ormai non conosce più neanche il proprio vicino di casa, spesso considerato come qualcuno che disturba e fa rumore, che ci impedisce di essere a nostro agio, quasi come colui che ci è accanto nella metro nelle ore di punta. La promiscuità uccide l’intimità e allontana piuttosto che ravvicinare.

In conclusione, l'uomo moderno sembra essere isolato intellettualmente, materialmente e socialmente, per questo motivo necessita di situazioni in cui tale isolamento sia interrotto. Il modo in cui egli è accolto è, per lui, un segno di reintegrazione nella società, ed è per questo motivo che oggi si dà così tanta importanza alla "qualità d'accoglienza". Il bisogno di "buona accoglienza", inoltre, è reso ancor più necessario dagli effetti del viaggio o dallo spostamento. Il viaggiatore è un uomo sradicato e il viaggio è sempre una fuga e una separazione (§1-2).

1.1. Una fuga

Prima di essere attratti verso un luogo, che è lo scopo del viaggio, si è spinti a lasciare il posto in cui ci si trova:

- l'uomo d'affari perché non trova sul posto le persone necessarie per portare a termine i suoi scambi commerciali;
- l'emigrante perché il suo paese non lo nutre o perché è in pericolo;
- l'avventuriero perché si annoia e vuole uscire dalla routine quotidiana;
- il pellegrino perché non ha nella sua città le reliquie o i luoghi di culto dove manifestare la propria devozione;
- il turista perché quello che vede intorno a lui non gli basta;
- il vacanziero perché ha bisogno di rompere, per un certo periodo, con le vicissitudini della vita di tutti i giorni.

Certe volte si ha il bisogno di fuggire. L'atteggiamento dei clienti di un'agenzia di viaggi è caratteristico: essi desiderano partire, non importa quale sia la destinazione, e sfogliano gli opuscoli per sapere dove andranno. Essi fuggono, soccombendo al mito dell'"altrove".

1.2. Una separazione

A casa sua l'uomo ha coscienza di ciò che lo circonda, lo domina, non è nell'ignoto. La stabilità lo rende forte, solido come una roccia. In viaggio lascia il noto per entrare nell'ignoto e questo è sempre traumatizzante. Lasciando il suo luogo abituale di residenza, il viaggiatore abbandona una parte delle sue radici ed entra in un mondo che gli è meno familiare, questa sensazione di estraneità è ancora più accentuata se colui che parte non parla la lingua del paese in cui viaggia, se non ne conosce le usanze, e ancora di più, se non riesce a leggerne la scrittura. Questa separazione è causa d'angoscia

e rende il viaggiatore diffidente (spesso con giusta ragione, ma a volte esageratamente), sorveglia i suoi bagagli nella sala d'albergo ed è sospettoso di tutti quelli che l'avvicinano. Ciò lo rende anche, e spesso, aggressivo. Angosciato, si chiude in se stesso e si difende aggredendo quelli che l'accolgono. Egli dice, per esempio, che non gli si dà la camera migliore, oppure che l'addetto ai bagagli non è gentile, ecc. In realtà, prova un sentimento d'inferiorità che cerca di transcendere dominando gli altri. Meno il viaggiatore è abituato a viaggiare, più l'angoscia è forte. Se, per sfortuna, l'addetto risponde all'aggressività con aggressività, la situazione può degenerare a tal punto da diventare una disputa. Colui che è addetto all'accoglienza deve saper comprendere che l'uomo in viaggio, sradicato e angosciato, ha per prima cosa bisogno di essere rassicurato. L'effetto è lo stesso (certamente con delle sfumature) qualunque sia l'ampiezza dello spostamento, che sia viaggiare intorno al mondo o attraversare la strada per andare dal tabaccaio.

2. Il “complesso di Ulisse”

Il viaggio ha, sull'uomo, anche un effetto completamente opposto a quello discusso in precedenza. Il viaggiatore si vede come un essere eccezionale, la mobilità, che gli fa realizzare la sua debolezza, è anche segno di forza, essa è l'attributo degli Antichi Dei che sono ovunque e appaiono qua e là. Il “dinamico” è sempre percepito come superiore allo “statico”. Colui che si muove è vivo e astuto. La mobilità è vita, mentre l'immobilità è morte. Tradizionalmente, il viaggiatore era colui che sapeva, colui attraverso il quale si trasmetteva il sapere, infatti, in passato, il viaggiatore è sempre stato il veicolo delle credenze e delle religioni.

Il viaggio è anche simbolo di libertà. Lo schiavo è incatenato, il servo è legato. I viaggiatori (turistici, diplomatici o d'affari) costituiscono un elemento in più dello statuto sociale. Più alti si è nella gerarchia, più si viaggia, lontano e nelle migliori condizioni. Il viaggio è anche e spesso una prova fisica, anche se minima, e il viaggiatore è colui che l'ha superata e che ha avuto il coraggio di partire.

Il viaggio è dunque valorizzante per il viaggiatore, e fa nascere in lui quello che noi chiamiamo il “*complesso di Ulisse*”: colui che è accolto si sente superiore a chi l'accoglie. Chi arriva è, quindi, un essere diviso tra i sentimenti d'inferiorità e d'angoscia, e quelli di superiorità e di forza, che sono in lui nello stesso momento, per questo motivo, egli necessita di essere nello stesso tempo rassicurato, confortato e onorato, trattato con rispetto e dedizione.

Il paradosso dell'uomo che viaggia è che, sebbene perfettamente a suo agio a casa propria, è spinto a partire, come una barca che, pur essendo al sicuro solo nel porto, trova la sua ragione d'essere solo navigando per i mari, dove corre tutti i pericoli.

Questo squilibrio nell'uomo genera tre grandi bisogni: riconoscenza (§4), ospitalità (§5) e adozione (§6). Le procedure d'accoglienza messe a punto nei grandi alberghi cercano di soddisfare queste esigenze, che ora proviamo ad analizzare.

2.1. La riconoscenza

Riconoscere è una parola che ha numerose accezioni: ritrovare qualcosa che già si conosce, identificare, ammettere, confessare, essere legittimo e, nel senso militare, esplorare.

In materia d'accoglienza, quando si parla di riconoscenza si pensa all'albergatore che riceve un *habituè* chiamandolo per nome, quasi come un amico. Purtroppo più frequentemente capita che un albergatore non conosca i propri ospiti e, di conseguenza, non può riconoscerli.

Allora, cosa s'intende quando si dichiara che la riconoscenza è un elemento essenziale per la procedura d'accoglienza? Per Hegel, filosofo dell'inizio del XIX secolo, la riconoscenza è la condizione dell'esistenza psichica dell'uomo. Non riconosciuto dagli altri, l'uomo resta un essere anonimo nella moltitudine, ma uno "slancio vitale" lo spinge ad esigere questa riconoscenza grazie alla quale si riconoscerà lui stesso e prenderà coscienza di sé. Nella vita pratica un capo è un capo solo se è riconosciuto come tale dai suoi subordinati, al contrario, un pazzo che si crede Napoleone lo sarebbe se tutti lo riconoscessero come tale.

Si conosce anche gente ricca, celebre e potente, pronta a fare qualunque cosa pur di essere ammessa in certi circoli, poiché sanno che l'accettazione in essi equivale ad una riconoscenza che conferisce loro uno status e li fa "esistere", agli occhi degli altri e ai propri, come coloro che volevano essere e pensavano di essere.

Quindi è la riconoscenza che fa "esistere" l'uomo, più in generale, si accoglie solo colui che si riconosce degno di essere accolto, gli altri sono immancabilmente respinti. Allo stesso tempo, colui che arriva sa che sarà accolto se, e solo se, sarà adeguatamente riconosciuto, tuttavia, il suo bisogno di riconoscenza è molto più vasto e preciso, prima di tutto, vuole essere riconosciuto come *essere umano*. Questa può sembrare un'esigenza banale, tutti

ci siamo trovati in situazioni in cui abbiamo sentito di non essere riconosciuti come esseri umani; per esempio, quando in un luogo pubblico (commercio, amministrazione, albergo, ecc.) il responsabile addetto ad occuparsi di noi continua una conversazione telefonica o la lettura di un documento, percepiamo che per lui “noi non esistiamo, perché si comporta come se non fossimo presenti”, ne proviamo una gran frustrazione che, se la situazione si prolunga, può trasformarsi in ribellione. Noi sappiamo di esserci e non vogliamo essere considerati solo come un ammasso di carne e ossa, per questo motivo cerchiamo di attirare la sua attenzione per obbligarlo a vedere in noi una persona, verso cui egli ha dei doveri. Noi prenderemo corpo solo quando egli ci avrà rivolto un “segno di riconoscenza”, fino a quel momento saremo trasparenti, dopo questo “segno”, invece, ci sentiremo finalmente riconosciuti come esseri degni d’interesse. Abbiamo bruscamente cambiato status, da quello di ammasso di carne e ossa siamo passati a quello di uomini e proviamo grande soddisfazione e un sentimento di giustizia. Ciò costituisce la prima tappa della *riconoscenza*. Colui che arriva ha, tuttavia, anche altre esigenze. Non vuole solamente essere riconosciuto come essere umano, ma vuole anche essere riconosciuto come colui che sa di essere e, più ancora, come colui che sogna di essere.

Ognuno di noi dispone di elementi tangibili per conoscersi, si sente grande o piccolo, bruno o biondo, ecc. Le nostre attività ci attribuiscono spesso uno status sociale di cui, certe volte, se ne portano i segni: l’uniforme di un ufficiale o di un poliziotto, l’abito di un ecclesiastico; altre volte, ci si sforza di comunicarlo attraverso i vestiti o gli accessori, come, per esempio, gioielli, equipaggiamento sportivo, scatola di pittura, per mostrare che siamo prosperi, sportivi, o artisti, ecc. Ci aspettiamo che questi segni siano captati da colui che ci accoglie e che ne tenga conto, che si rivolga a noi chiamandoci, eventualmente, Maestro, Mio Generale, o Monsignore, che faccia prova di deferenza, che il suo atteggiamento (comportamento) sia in accordo con la maniera in cui noi pensiamo che il personaggio che abbiamo (coscienza di essere) impersonificato, sia accolto. In più, quando entriamo in un negozio, un albergo o un ristorante, in veste di cliente, oltre allo status applicato alla nostra persona noi prendiamo coscienza d’aver acquistato lo status di cliente, pertanto, intendiamo essere trattati come tali. Noi sappiamo che per un commerciante l’essere più importante è (o dovrebbe essere) il cliente, senza cliente non esiste alcun tipo di commercio. Esigiamo, dunque, di beneficiare delle prerogative che sappiamo essere applicate allo status di cliente: attenzione, rispetto, amabilità ecc. e riteniamo, con giusta causa, che se il commerciante fallisce nella sua missione, se non adotta questo trattamento, non

è un “commerciante”. Pensiamo che dovrebbe essere multato e arriviamo perfino a lamentarci, a minacciare di non tornare o di lasciare il negozio senza comprare nulla. Bisogna notare che il rifugiato, che si trova in una posizione di maggiore debolezza rispetto agli altri e non dispone degli stessi mezzi di ritorsione che possiede il cliente, si trova nello stesso stato d’animo. Se non lo si accoglie con gentilezza, malgrado il suo smarrimento, non gli si può impedire di pensare che ci si dovrebbe occupare meglio di lui e diventa esigente.

Esiste ancora un gradino più sottile nella gerarchia dei bisogni di riconoscenza, è quello della presa in considerazione di un personaggio mitico, che è “noi stessi visti da noi stessi”, ma arricchito da uno status e dalle qualità che noi sogniamo di possedere.

L’accoglienza è un tempo extra durante il quale questo personaggio mitico può apparire, sarà la riconoscenza di colui che l’accoglie che gli permetterà di esistere.

Nel mettersi in viaggio l’uomo taglia un certo numero di legami con il suo ambiente abituale, così può formarsi una nuova personalità e tentare d’apparire e divenire, almeno per un certo tempo, colui che egli vorrebbe essere. Per questo motivo egli “manda” dei segni affinché chi l’accoglie, al di là del personaggio che appare, veda il mito. Sarà, per esempio, un brillante industriale, per cui il successo in affari è diventato talmente banale, che la sua nuova sfida sarà dimostrare la sua abilità a giocare a golf; si presenterà in albergo, vestito in modo sportivo e carico degli attrezzi da golf. La sua ambizione è essere riconosciuto come un campione di golf. Un alto funzionario gradirà, per esempio, vedere riconosciuto il suo talento letterario esprimendo quanto in suo potere; invece, un modesto impiegato proverà a vivere da padrone il tempo delle vacanze. Ognuno di questi farà degli sforzi disperati, spesso inconsciamente, per apparire agli altri come il personaggio mitico che sognano. Vedere se stessi come un altro. Tutto questo affinché il loro personaggio mitico possa essere riconosciuto da quanti incontrano e così prendere vita. Grazie al tipo di riconoscimento essi saranno, almeno per un periodo, il personaggio che sognavano di essere. Gli occhi degli altri sono lo specchio nel quale il loro mito si contempla e loro stessi si sentono ammirati dagli altri; tuttavia, i viaggiatori non sono completamente vittime di tale sogno e il loro personaggio reale non si cancella totalmente dietro al personaggio mitico. Pur volendo vedere riconosciuta la loro nuova personalità provvisoria, essi non vogliono abbandonare il loro vecchio status e intendono conservarne le prerogative. Per esempio, benché l’industriale s’illuda di essere riconosciuto come un bravo giocatore di golf, non vorrà che si dimentichi che egli è un uomo prospero e potente.

Colui che si occupa di accoglienza deve trovare un giusto equilibrio nel riconoscere chi si presenta a lui come un semplice uomo. Secondo i casi e le circostanze il mito occuperà il posto della realtà o viceversa.

Esiste una teoria psico-sociologica dell'accoglienza tipica di alcuni gruppi di animali. Si manifestano tre attitudini d'accoglienza diverse:

- 1) quella degli insetti, inferiore. L'individuo è immerso nella sua dimensione sociale caratterizzata da automatismi innati che determinano se chi arriva è un amico o un nemico e l'accoglienza che gli va riservata. L'animale emette dei segnali che evocano il riconoscimento e che, ricevuti da un altro animale ricettivo a livello di automatismi inconsci, scatenerà l'attrazione e la collaborazione o, al contrario, l'ostilità e l'odio. Si è qui al massimo della bio-sociologia. È l'accoglienza istintiva.
- 2) quella dei vertebrati, intermedia. La gerarchia non dipende dalle caste, ma dalla forza espressa in combattimento. Le usanze sociali non sono passive e rigide, ma fanno intervenire le reazioni coscienti degli individui, il capo è veramente capo e colui che si sottomette è accolto; il ribelle è rifiutato a meno che non vinca. È l'accoglienza gerarchizzata;
- 3) quella degli umani, superiore. Gli automatismi innati sono ridotti, mentre predominano le relazioni coscienti, nascono le invenzioni sociali e appare la dimensione culturale. La società perirebbe se il contatto tra anziani e giovani scomparisse o se i giovani rifiutassero l'apporto del passato; inoltre, anche le costrizioni economiche occupano un posto importante. È l'accoglienza ragionata.

Sarebbe un grave errore credere che il livello superiore non abbia niente in comune con gli altri, poiché i livelli inferiori sono presenti nel superiore. Si verificano nei gruppi umani degli scambi di messaggi sensoriali spesso inconsci, per esempio, gli odori influiscono sia a livello fisiologico sia psicologico. La bio-sociologia umana non è ancora abbastanza avanzata come scienza da poter spiegare il funzionamento di tali meccanismi, così, malgrado le nostre abitudini di buona condotta, respingiamo alcune persone perché non ci "piacciono" o perché ci preoccupiamo che possano arrecare danno al nostro potere o al nostro prestigio.

Infine, vogliamo essere riconosciuti secondo l'immagine che ci siamo costruiti e, infatti, soffriamo se sappiamo di essere accolti per obbligo. Il sorriso commerciale è svalorizzato e le buone maniere ci sembrano meno buone quando ci accorgiamo che sono motivate solo dall'interesse. Siamo alla ricerca della buona e autentica accoglienza.

Hegel, ancora lui, spiega che è per il piacere che l'Uomo prende coscienza

di sé. Quando desidera qualcosa, è lui che la desidera e non qualcun altro. Ma, precisa, il desiderio è animale quando è diretto verso una cosa: il cibo o un oggetto, a meno che quest'oggetto non rappresenti qualcosa d'immateriale, come una medaglia o un diploma. Il desiderio diventa veramente umano quando comporta un altro desiderio; è il "desiderio di essere desiderato". Il desiderio d'amore, per esempio, è animale quando si pensa a sé solo su un piano fisico, diventa umano quando si vuole svegliare il desiderio del partner.

Nell'accoglienza l'ospite che arriva è portatore di questo stesso desiderio di essere desiderato. Vuole che colui che l'accoglie provi piacere a riceverlo e lo mostra. È il ruolo del sorriso, che è prodotto dal piacere di mostrare a colui che arriva che il suo arrivo è motivo di gioia. Questo è ciò che ogni cliente si aspetta dal commerciante e, in generale, ciò che ogni uomo si aspetta dall'incontro con un altro.

La riconoscenza è, dunque, alla base dell'atto dell'accoglienza. Colui che arriva si aspetta di essere riconosciuto come un essere umano, come colui che crede di essere (in realtà e in sogno) e come colui che si desidera accogliere. Quando c'è questo sentimento, la procedura della buona accoglienza può svilupparsi, altrimenti è viziata sin dall'inizio.

2.2. L'ospitalità

L'ospitalità è una pratica che risale alla più remota antichità e, più precisamente, alla costituzione delle città. Prima di tutto, era una necessità. Gli uomini si sono sempre spostati, prima in gruppo, poi da soli. Ben presto, nella storia dell'umanità, quando lo straniero, sconosciuto, era considerato un nemico, colui che bisognava combattere, è sembrato necessario tutelare la sicurezza del viaggiatore individuale. Non bisognava solamente impedire che qualcuno cercasse di ucciderlo, ma in assenza di un albergo o di altre possibilità di protezione, bisognava anche garantirgli il vitto e l'alloggio. Un viaggiatore senza alloggio era un viaggiatore morto, tuttavia, nessuno, al di fuori della morale e della religione, poteva costringere i gruppi di persone che cominciavano ad organizzarsi in città ad essere ospitali. Per questo motivo, colui che ospitava cominciò ad essere considerato un essere eccezionale, inviato e protetto dagli Dei che avevano ordinato agli uomini di essere ospitali ed è per questo che Virgilio, nell'Eneide, ringrazia Giove d'aver dato delle leggi. Queste leggi, non scritte, prescrivevano la maniera con cui si doveva trattare il viaggiatore. Il primo giorno lo s'invitava alla tavola familiare, in seguito

gli si mandava del cibo e al momento della sua partenza gli si facevano dei regali “d’ospitalità” e si scambiavano con lui dei segni di riconoscenza: le “Tessere d’Ospitalità”, suggellando così un vero e proprio patto tra le due famiglie, in virtù del quale i componenti di queste famiglie e i loro discendenti ricevevano ospitalità gli uni dagli altri. Per colui che si riceveva non c’era alcun limite di soggiorno, egli era come se fosse a casa propria, la casa della famiglia era sua, i nemici della famiglia i suoi; se per disgrazia moriva, gli si dava la sepoltura con tutti i riti dovuti ai componenti della famiglia. Il miracolo di questa pratica era di trasformare uno straniero, dunque un nemico, in ospite-amico che si accoglieva quasi come un componente del clan.

Questo è confermato dell’etimologia che ci insegna che la parola latina “Hospes”, da cui è tratta la parola italiana “ospite”, indica tanto colui che riceve quanto colui che è ricevuto: hotel, ospedale, ospitalità, ospitale, ecc. sono tutti termini che derivano dalla parola “Hostis” che, per l’appunto, significava anche straniero, nemico e che ha dato origine, in italiano, alle parole: ostile, ostilità, ecc. Gli effetti del miracolo erano ancora più grandi in quanto il contraccambio era così, vero.

Il tempo d’ospitalità era un tempo di pace, durante il quale il viaggiatore, accettando l’ospitalità del suo ospite, s’impegnava a non nuocergli, a tal punto che nell’Odissea, Menelao dice ai suoi ospiti Ateniesi: “Finito il vostro pasto, vi chiederemo chi siete”. Questo significa che anche i pirati e i ladri si accordavano per mettere da parte le loro cattive intenzioni quando beneficiavano dell’ospitalità, e ciò permetteva di ricevere qualsiasi viaggiatore senza paura.

Quest’impegno morale è perdurato per molto tempo. Nel XVIII secolo Kant, nel suo “Progetto di Pace Perpetuo”, esonera colui che accoglie dal dovere d’essere ospitale con un visitatore se costui “non si tiene tranquillamente al suo posto” e precisa che si deve protezione solo fintantoché il viaggiatore non diventa ostile. Gli Enciclopedisti reagiscono nella stessa maniera nell’articolo “Ospitalità”, menzionando che “per essere rispettato dalla legge *naturale dell’ospitalità*” bisogna “presumere che il viaggiatore sia un Uomo Onesto o, almeno, che non abbia alcuna intenzione di arrecare danno a colui che lo ospita”.

Appoggiandosi alla tradizione biblica, il Cristianesimo ha fatto dell’ospitalità una virtù e insegna che l’Uomo si avvicina a Dio accogliendo, come lui, tutti gli uomini di buona volontà. Siccome bisognava continuare a praticare l’ospitalità senza cadere nel paganesimo, San Paolo nell’Epistola ai Romani prescrive “di esercitare l’ospitalità gli uni verso gli altri senza remore”. La società civile, come si direbbe oggi, era anch’essa evoluta nello stesso

senso, Cicerone, nel “Trattato dei Doveri”, aveva menzionato i profitti onorifici che si traggono dalla pratica dell’ospitalità e scrive che è bello avere “la casa aperta”. È da notare che la “città” greca aveva già organizzato l’ospitalità pubblica con l’istituzione di “Proxène” (prossimo), un cittadino della città che si faceva carico degli interessi dei cittadini di un’altra città, con cui era legato da un accordo.

Più recentemente, i Panda, induisti ortodossi, praticavano sistematicamente l’ospitalità come mezzo per acquisire dei meriti e ancora oggi quelli che accolgono e riconfortano le persone nel bisogno e nella pena godono dell’ammirazione dei loro concittadini e ottengono la stima di tutti.

Ogni viaggiatore ha quest’esigenza fondamentale: essere integrato nel gruppo che l’accoglie. Questo è normale nella pratica dell’ospitalità privata, dove, normalmente, si riceve solo chi si conosce e si è pronti ad accettarlo nel circolo familiare.

Diversa è l’ospitalità commerciale. L’albergatore, per esempio, vende vitto e alloggio. Ricevere un viaggiatore è più un atto di commercio che un atto virtuoso. Un albergatore si pone, dunque, su un piano diverso dall’essere ospitale, per rendersene conto basta ascoltare le lamentele di certi viaggiatori che, pur ammettendo di avere ricevuto a fronte del loro pagamento delle prestazioni materiali (il vitto e l’alloggio) oneste, si lamentano di essere stati trattati “come numeri”. Essi si aspettano, quindi, un’altra cosa dall’albergatore, oltre il diritto di avere una stanza confortevole e un pasto servito, desiderano sentirsi accettati nella comunità alberghiera dal personale e dai clienti già presenti. Da questa comunità egli si aspetta considerazione, amabilità (cioè il contrario dell’indifferenza che teme più di tutto), ma anche aiuto e protezione. Al bisogno, è verso l’albergatore o il suo personale che un cliente si rivolge istintivamente. In caso di furto (notiamo a tale proposito che il codice civile francese ritiene l’albergatore responsabile, in certi limiti, se il suo cliente è vittima di un furto nei locali dell’albergo), di incidente stradale o anche di difficoltà amministrative, come nelle antiche famiglie, egli si aspetta che tutti si mobilitino per aiutarlo e difenderlo, anche se ha torto; semplicemente in nome della solidarietà comunitaria, egli pensa di aver diritto a questo aiuto e a questa protezione. Qui si è, infatti, nel campo del diritto morale, che a volte è confortato dal diritto di fatto, che ospitare qualcuno crei per l’ospite dei diritti e delle protezioni. La mancanza nell’albergatore di questa forma di aiuto, protezione, amabilità, gentilezza, potrebbe, eventualmente, essere sancita giuridicamente, ma, se non lo fosse, è sempre sanzionata moralmente e specialmente in qualcuno che fa dell’ospitalità una professione, tale mancanza è ben peggiore.

La nostra società ha anche organizzato un'ospitalità pubblica. Uno straniero accolto nel nostro paese beneficia della stessa protezione dei nazionali: se è colpito la Polizia lo difende, se è malato potrà essere ammesso negli ospedali per essere curato e se è in pericolo nella sua patria potrà beneficiare del diritto d'asilo.

Alla fine di questo *escursus* storico, oggi, nella maggior parte dei casi e nel turismo in particolare, per ospitalità, bisogno o desiderio di ospitalità, s'intende, prima di tutto, *desiderio di appartenenza*. "L'uomo è un animale politico" diceva Aristotele, vale a dire che non può vivere al di fuori della "*Po-lis*" (la città), fuori della società. Gli psichiatri sostengono che l'isolamento sia una patologia. C'è un bisogno innato di vivere in comunità, di ritrovarsi in gruppo, o meglio, un gruppo conosciuto. Questo spiega la tendenza di molti a frequentare gli stessi centri, a servirsi degli stessi alberghi, dove ci s'identifica e ci si ritrova. Se, per una ragione o per l'altra, si viene mal accolti in un albergo dove ci si reca abitualmente si ha il sentimento di essere stati traditi e si cambia albergo, ma se le abitudini erano ormai radicate, ciò sarà vissuto con lacerazioni simili a quelle che si hanno quando si lascia la propria casa. Naturalmente, tale sentimento permane fino a quando non si trova una nuova comunità accogliente, un nuovo "guscio".

Il bisogno di ospitalità è dunque la logica conseguenza del bisogno di appartenenza. Riconosciuto come essere umano, come colui di cui si ha coscienza di essere e accettato come qualcuno che si desidera accogliere con piacere. È così che ci si considera aggregati al gruppo, che ci riconosce e ci accoglie.

2.3. L'adozione

L'adozione è la presa in carico di un nuovo arrivato da parte del gruppo che lo riconosce e accetta di integrarlo ed accoglierlo. Questo processo si sviluppa dai due precedenti, la riconoscenza e l'ospitalità. Nell'adozione c'è, prima di tutto, una dimensione di apprendimento, come una madre insegna al suo bambino ad evitare i pericoli della vita ed a comportarsi nella società, bisogna insegnare a colui che è arrivato le norme della comunità in cui è stato accolto.

In un albergo il nuovo cliente imparerà l'organizzazione degli spazi, le ore dei pasti, a chi rivolgersi per questo o quel servizio, ecc., ma al di là di questo c'è un'esigenza molto più forte. I clienti di un grande albergo esigono un servizio perfetto, un'attenzione costante e il soddisfacimento di pressoché

tutti i loro bisogni. Il “buon albergatore” deve: interessarsi ai loro desideri, vegliare al loro conforto, provvedere a tutto, essi non devono avere alcuna preoccupazione, alcun turbamento ed il loro soggiorno deve essere gradevole. Colui che partecipa ad un viaggio di gruppo esige che l’agenzia preveda ogni cosa e che l’hostess si prenda carico di tutto: spedizione dei bagagli, assegnazione delle camere, orari, ecc.; il cliente deve preoccuparsi solamente di visitare, mangiare, dormire. Cosa è questo se non un’adozione? Non si tratta, né più né meno, di ciò che una madre fa vegliando sulla gioia e l’educazione dei suoi figli?

La peculiarità dell’adozione d’accoglienza consiste nel fatto che questa non deve essere percepita come tale dal cliente. Se, in effetti, si manifesta un bisogno incosciente d’adozione, tuttavia, la sostanza e il sentimento del bisogno sono svalutanti, perciò pochissimi ammetteranno di voler essere adottati. In generale, nel momento in cui l’adozione è percepita come tale, viene rifiutata. Vi è dunque, per chi ospita, la necessità di sapere o sentire fino a dove si può arrivare nell’adozione:

- *Troppo poco.* L’albergatore fallisce nella sua missione se dirà che gli interessa solo il denaro, se non si occupa dei suoi clienti, se è “un volgare” commerciante che affitta i locali e vende il cibo. Gli si chiede di agire come un capo famiglia, o come una padrona di casa che si preoccupa della *felicità* dei suoi invitati finché sono sotto il suo tetto.
- *Troppo.* Il bisogno d’indipendenza del cliente ritorna in primo piano, il servizio è percepito come forzatura, l’albergatore come indesiderabile e finisce per essere respinto.

Questo sottile equilibrio è molto difficile da raggiungere e da mantenere, solo una lunga pratica con le persone e una conoscenza intelligente delle situazioni permettono di evitare alcuni errori. Inconsciamente, colui che è oggetto dell’adozione ne è valorizzato, gli psicologi ritengono che l’adulto, come il neonato, anche se per ragioni diverse, soccombe alla “lusinga dell’onnipotenza”, vuole essere adottato senza saperlo e quest’adozione impercettibile gli dà un sentimento di forza.

Il rapporto che si stabilisce tra l’adottante e l’adottato è in equilibrio fra un’esigente tirannia e la ricerca d’amore, tale rapporto può rompersi in qualsiasi momento e provocare una situazione di fallimento. Il mantenimento di quest’equilibrio è essenziale per colui che è accolto, in quanto gli dà un sentimento di benessere, di soddisfazione e di pienezza. Questo dà un’ottima valutazione all’accoglienza e nessuna procedura d’accoglienza è completa se non comporta quest’aspetto adottante.

I componenti di una famiglia si sentono integrati perché beneficiano di cure particolari: ci si occupa di loro, si nutrono, si curano se sono malati, si aiutano se hanno bisogno e, soprattutto, gli si dà amore ed affetto. Senza queste “cure” non c’è famiglia. Ugualmente, che accoglienza è se si tratta da estraneo colui che si pretende di avere accolto, non occupandosi di lui allo stesso modo degli altri figli, lasciandolo smarrire quando sarebbe più facile rimmetterlo sul diritto cammino?

L’adozione è la conclusione logica e necessaria di ogni procedura d’accoglienza, che comincia con la riconoscenza e continua con l’accettazione.

Ci si potrebbe chiedere quale sia l’oggetto dell’analisi di questa mediazione naturale tra gli uomini che noi chiamiamo accoglienza. Non bisogna dimenticare che questo vocabolo deriva dal verbo cogliere, a cui si è aggiunto il prefisso “a”, che significa andare verso. Prima di tutto, bisogna identificare colui che si sta per cogliere, poi farlo dei nostri, inserirlo tra gli altri, coglierlo e, infine, occuparsene, per esempio, mettendo fiori in un vaso.

Tutti sanno accogliere molto bene quando si tratta di qualcuno che si ama e che si ha piacere d’accogliere: la moglie, il figlio, la fidanzata, ecc.; istintivamente si trovano le buone attitudini, le giuste parole, e i gesti adeguati. Ciò che è difficile è accogliere bene qualcuno che non si conosce, per il quale non c’è nessuna ragione di farlo o, peggio, qualcuno che non si ama. L’analisi diventa necessaria per mettere in opera una procedura che si avvicini il più possibile alla “buona accoglienza spontanea”. La scelta di buoni gesti, buone parole e buone abitudini, implica che si capisca quali sono le attese di colui che arriva prevedendo quali saranno gli effetti di questi gesti, di queste parole e di queste abitudini sul suo spirito, e più particolarmente, sul modo in cui percepisce la situazione.

Da parte di colui che accoglie, la comprensione di una situazione gli permette di condurla e dominarla, per fare ciò che la ragione esige e non lasciarsi trascinare in reazioni passionali e negative, allor quando, ad esempio, colui che arriva, stanco o deluso, esige di più di quel che dovrebbe, oppure è semplicemente un tipo sgradevole.

3. Le caratteristiche dell’accoglienza alberghiera

L’accoglienza in albergo ha questo di particolare: è permanente e continua. Il pubblico si aspetta di essere ben ricevuto in ogni momento, 24 ore su 24 ore, 365 giorni l’anno, e ciò è giustificato. Questa disponibilità è una delle

costrizioni più pesanti del servizio di accoglienza: essere sempre presente, di buon umore, a disposizione di colui che arriva, in più, ogni volta che un cliente entra nel “suo” albergo deve essere accolto come se fosse la prima volta, sorridendogli e chiedendogli se tutto va bene mentre gli si consegna la chiave della stanza; inoltre, ogni volta che cambia servizio, egli è accolto nuovamente da chi è addetto al bar, al ristorante, ecc.

Così nell'albergo l'accoglienza è un affare generalizzato, dal vettore che accoglie sul marciapiede, all'addetto ai bagagli, al portiere, poi il cassiere, la cameriera, il maggiordomo, il barman, il servizio ai piani, ecc. Ad ogni incontro con un cliente c'è l'accoglienza, che è giudicata in funzione del modo in cui questo cliente è ricevuto da ognuno degli impiegati con cui ha avuto contatti.

L'accoglienza alberghiera esige dunque un'organizzazione precisa e senza errori.

4. La reception

L'organizzazione dell'accoglienza alla reception è come un iceberg, si vede solo una piccola parte. L'accoglienza di un cliente che arriva è la piccola parte visibile dell'iceberg, ma c'è anche un enorme lavoro di gestione e d'amministrazione, che costituisce la parte sommersa dell'iceberg.

L'accoglienza alberghiera deve essere cortese e sorridente, ma soprattutto, *deve essere efficiente*. Per questo c'è bisogno di una buona organizzazione e di una grande professionalità, per esempio, le prenotazioni devono essere ben annotate e ben gestite, altrimenti, la gentilezza dell'addetto all'accoglienza non compenserà il fatto che il cliente non abbia una stanza. Esistono dei mezzi e delle procedure precise: schedario per gestire e ottenere le informazioni, garanzia delle prenotazioni, conferme, schedario clienti, planning informatico, schedario giornaliero degli arrivi, procedura di restrizione dei clienti, espressioni tipiche da utilizzare in questo o quel caso, assegnazione delle camere, procedura d'accompagnamento dei clienti, gestione dei bagagli, ecc. Queste procedure devono essere differenti da cliente a cliente, per i gruppi di turisti, per i congressi e i seminari, tutto deve essere previsto. È questa organizzazione che permetterà di “*riconoscere*” il cliente e di farne un *componente della comunità*, costituita dagli altri clienti e dal personale. Così, l'uomo dalle chiavi d'oro, il custode, che è diventato un personaggio leggendario della grande industria alberghiera, ha un ruolo complementare rispetto a quello del

servizio alla reception, la sua missione è essenzialmente l'accoglienza, che consiste essenzialmente nell'aiutare i clienti, informarli, occuparsi di loro, in una parola adottarli. Un grande custode è colui che sa tutto e che può ottenere tutto per il suo cliente, egli ha il senso dei contatti umani, l'esperienza dei grandi di questo mondo, parla diverse lingue e sa essere discreto.

5. L'accoglienza nei differenti servizi di un albergo

5.1. Al ristorante

Qui si susseguono normalmente tre fasi di accoglienza. Il cliente è "riconosciuto" all'entrata dal maître che lo fa accomodare (fase della riconoscenza e dell'ospitalità), poi deve essere servito (fase di adozione); qui, l'accoglienza si prolunga ben al di là dell'arrivo e dura fino alla partenza del cliente. Si va in un ristorante per mangiare bene, ma anche per essere visti e per vedere altri e per essere accolti e trattati come qualcuno d'importante.

Il ristorante è un teatro nel quale ad ogni pasto si recita una sorta di commedia umana "Balzachiana". Gli attori/autori sono i componenti del personale e gli attori/spettatori sono i clienti. La commedia comincia con un prologo che è l'accoglienza, se gli attori/autori lo eseguono male la trama non potrà svilupparsi e gli attori/spettatori, delusi, non avranno voglia di recitare il loro ruolo, per esempio, non apprezzeranno il cibo. Se, al contrario, il prologo è ben recitato, gli effetti teatrali s'innesceranno: c'è la presentazione del menù, la scelta e l'assaggio del vino, poi le porzioni, il flambage, la presentazione dei piatti, il modo maestoso con il quale si tolgono i coperchi, infine, il carrello con la pasticceria, ecc. È quello che i clienti attori/spettatori sono venuti a cercare, "Deus ex Machina", il capo cuoco viene a farsi ammirare, il cameriere passa i liquori, il maggiordomo è appagato dalla soddisfazione degli ospiti. Una commedia recitata grazie alla complicità implicita tra il cliente e il personale, in cui ognuno sa che lo spettacolo non si può svolgere senza una buona cooperazione degli uni e degli altri.

5.2. Al bar

Il bar di un albergo è un po' come una piazza del paese, è il posto dove ci si può incontrare e ove si stabiliscono dei contatti tra la comunità dell'albergo e quella esterna.

Ciò che si vende, in primo luogo, in un bar è l'ambiente, il whisky è sempre lo stesso, ciò che conta sono le relazioni umane, di cui l'accoglienza è parte attiva. L'acutezza di un buon barman risiede nella sua abilità a creare un'atmosfera calorosa, Ognuno deve sentirsi a proprio agio e deve avere la possibilità di fare o no parte dell'atmosfera generale.

5.3. Ai piani

Qui l'accoglienza si sviluppa su due diversi livelli, sia la relazione con la clientela, che implica che la governante e le cameriere siano cortesi, sorridenti e servizievoli, sia la preparazione delle camere e degli appartamenti prima dell'arrivo del cliente. I clienti si onorano mettendo nelle loro camere dei prodotti d'accoglienza più o meno numerosi e sofisticati (profumi, saponi, spazzole, ecc.) con delle attenzioni particolari (fiori, frutti, vino, oggetti diversi, libri, ecc.). Tutto ciò che gli si dà in più trasmette loro l'impressione di essere riconosciuti come persone importanti (V.I.P. =very important person) di cui l'albergo si occupa costituiscono dei veri segni di ospitalità, come erano gli antichi regali.

5.4. Al telefono

Generalmente s'insiste molto sull'importanza dell'*accoglienza al telefono*, in quanto, il contatto con un albergo è spesso telefonico e l'accoglienza del telefonista può rivelarsi determinante. Tutto conta: velocità di risposta, efficacia, tono della voce, amabilità, vocabolario, gentilezza. Gli addetti al telefono svolgono un ruolo di relazioni pubbliche, il loro valore si afferma maggiormente con l'aumento del traffico telefonico.

6. Pubblicità, comunicazione, segnaletica

La pubblicità, la comunicazione, la segnaletica sono dei "mezzi d'accoglienza" non sempre utilizzati a giusto titolo. Una buona campagna pubblicitaria è in qualche modo una pre-accoglienza, essa indica al potenziale cliente la volontà che si ha di riceverlo bene, ha lo scopo di far sognare e di far sentire in anticipo, colui che sarà onorato e "trattato come un signore", in tale situazione. Il potenziale cliente deve sentirsi riconosciuto, accettato, ospitato, prima di mettere piede nell'albergo,.

Una buona comunicazione l'aiuterà a sentirsi a suo agio e una segnaletica ben studiata gli eviterà errori fastidiosi e spesso causa di nervosismo. La maniera in cui si esprime il personale, la redazione dei messaggi, la qualità dei documenti di registrazione sono piccole cose che danno l'impressione della buona accoglienza.

7. Il sorriso

Come si sa, il sorriso è l'espressione fisica del piacere e resta il mezzo di comunicazione privilegiato dell'accoglienza. Se il sorriso spontaneo è impersonale, il sorriso voluto s'indirizza a qualcuno di preciso ed è come dire: "Mi fa un immenso piacere vederla". Cosa c'è di più valorizzante per colui che arriva di vedersi accolto da qualcuno che gli dice, con un sorriso: "La vostra presenza ci dà gioia"?

Il desiderio di essere desiderato è così soddisfatto.

8. Conclusione

L'accoglienza, in quanto mediazione, è una necessità. Colui che arriva deve necessariamente passare attraverso la mediazione di colui che riceve e deve essere accettato in qualsiasi luogo. Si può entrare in un paese, in una casa o in un centro commerciale ma ciò non significa che ci si senta ben accetti.

Colui che riceve legittima la presenza di colui che arriva, senza questa accettazione colui che arriva è illegittimo nel luogo dove è entrato. La "buona accoglienza" è un conforto e un segno di civiltà, è un atto volontario che permette al nuovo arrivato di beneficiare delle prerogative dei componenti della comunità nella quale egli è ricevuto.

La filoxénologia, lo studio dell'accoglienza, è la riflessione necessaria ad una buona Xénopraxia, la pratica dell'accoglienza. Le costruzioni, prima di essere degli alberghi, un concetto culturale, sono i templi della buona accoglienza.