

Le emozioni dell'ospitalità

*Negli ultimi anni l'idea del soggiorno in albergo è cambiata radicalmente: è necessario puntare sulla qualità e sulla capacità di suscitare delle emozioni nell'ospite. Nell'intervista realizzata da **Gabriele Manella**, il Prof. Costantino Cipolla presenta il volume "Le emozioni dell'ospitalità. Come valutare la qualità di un albergo"*

Costantino Cipolla è professore ordinario di Sociologia generale presso l'università di Bologna. Il suo interesse al settore alberghiero si è esplicato in molteplici attività tra cui quella di coordinatore della collana *Cucina e Società* per la FrancoAngeli. La collana è stata pensata come strumento per migliorare la qualità complessiva dell'alimentazione e della ristorazione, inserendole però in un contesto più generale di ospitalità; temi quali la tipicità dei prodotti, la loro commercializzazione, le attività turistiche e il mondo alberghiero rientrano a pieno titolo negli interessi della collana stessa. Il primo volume è stato *Le emozioni del gusto. Alcuni criteri per un ristorante italiano di eccellenza*, scritto dal Prof. Cipolla e pubblicato nel 2008.

L'intervista è stata svolta da Gabriele Manella, assegnista al Dipartimento di Sociologia "Achille Ardigò" dell'Università di Bologna; il Dott. Manella è uno degli autori del volume *Le emozioni dell'ospitalità* di Costantino Cipolla (a cura di Giulio Biasion, realizzato in collaborazione con lo staff redazionale della rivista L'Albergo) ed è anche il responsabile redazionale della collana.

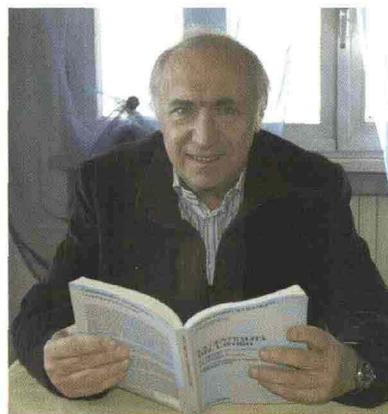
D. Da dove ha origine la strutturazione per aree funzionali che è alla base del testo?

R. Il progetto nasce nel volume *Le emozioni del gusto*, risultato della frequentazione dei grandi ristoratori di *Le soste* e dei loro ristoranti. Sulla base di quel modello, con il mio amico Giulio Biasion, mi è venuta l'idea di trasferirlo nell'ambito dell'albergo. Frequentando poi studiosi e operatori del settore, abbiamo ideato il modello adottato nel testo. Pertanto, un albergo si valuta su tutta una serie di aree funzionali che oggi più che mai sono diventate importanti. L'albergo oggi non è solo la stanza e la sua grandezza, è tanti servizi alla persona, servizi ambientali, cibo, è tante cose messe assieme.

D. Una delle aree funzionali si riferisce al rapporto tra l'albergo e il territorio e all'importanza di questo legame.

R. Oggi un albergo è fortemente condizionato dal suo ambiente vicino e da quello più lontano. Per "ambiente vicino" intendiamo ciò che sta intorno in modo stretto all'albergo: il fatto che sia inserito in un parco o sia posto in un'isoletta o lontano da una strada, sono tutti elementi che concorrono

in maniera determinante alla definizione della qualità. L'ambiente è anche importante perché se si colloca un bellissimo albergo in un luogo degradato di una città o in periferia, ovviamente questo sarà un handicap rispetto a un albergo collocato in una zona residenziale, verde, o al centro di un insieme di monumenti storici o naturali. È evidente che un albergo si definisce innanzitutto per dove è collocato, e questo anche in un'accezione più lata, del contesto nel quale l'albergo va inserito. Questo per tante ragioni, non ultime quelle legate alla sicurezza. È chiaro che qualunque albergo deve essere sicuro, e già questo diventa un elemento cruciale del rapporto con l'ambiente esterno.



D. Un altro tema che emerge già nel titolo del volume è la capacità dell'albergo di 'emozionare' il cliente, creando un rapporto che lo legni anche affettivamente alla struttura.

R. Abbiamo scelto questo titolo perché l'ospitalità è una dimensione fondamentale legata ad aspetti di natura estetica e relazionale, tale per cui chi entra per la prima volta in un albergo può essere colpito dalla grazia e l'eleganza - senza bisogno di sfarzosità - oppure dalla "civetteria" di un luogo, così come può essere colpito dalla capacità relazionale ed empatica del personale. Quindi, il modo in cui si va a instaurare, secondo il principio della fidelizzazione, il legame tra cliente e albergo, non è solo legato ad aspetti economici, di estetica o di collocazione, ma anche ad altre dimensioni spesso limitate ma importanti, che fanno della sensazione e del sentimento che lega a quel contesto uno degli elementi più

importanti per i quali il cliente ripete la sua visita o comunque si porta il ricordo di quell'albergo come positivo, che poi servirà come *tam tam* per visite fatte da altri.

D. Il volume si presenta come una guida molto agile che tocca un po' tutti gli aspetti dell'ospitalità alberghiera. Crede che nella letteratura sul tema manchi o ci sia ancora una scarsa applicazione di questo schema?

R. Io credo che questa sia un'osservazione assolutamente condivisibile. La sociologia arriva male e tardi nella valutazione della qualità dell'ospitalità, e tutto sommato lascia spazio a studiosi di taglio economico. Questa è anche colpa nostra, ma è dovuta anche a una scarsa richiesta degli albergatori, forse meno portati a logiche di valutazione che invece sono ormai imprescindibili. Il fatto è che la valutazione viene lasciata in genere a delle guide, e le guide hanno un difetto: normalmente non esplicitano i criteri attraverso i quali viene fatta la valutazione. Scrivono poco, sono abbastanza "coperte" e quindi non educano a capire come si può essere un grande maestro di sala, di cucina o di gestione dell'ospitalità alberghiera. Certo, il testo vuole essere didattico, vuole aprire una strada, ha delle pretese. Noi sociologi a volte facciamo volumi che hanno finalità strettamente scientifiche e accademiche per la carriera, a volte finalità di teoria generale, a volte pensano più a scoprire risultati scientificamente importanti che a proporre degli indirizzi. Questo testo vuol essere spendibile. Giustamente una strada è quella che di fare degli studi di caso e applicare quelle aree funzionali o altre, aggiustate o riviste. Un'altra strada può essere costruire rispetto alle aree funzionali degli indicatori; ce ne sono già, ma se ne potrebbero costruire di numericamente tarati, in modo da assegnare e valutare in termini numerici la qualità dell'albergo. Infine, costruire attraverso il modello proposto dei corsi in modo che gli studenti e chi va a lavorare in un albergo sappiano quali sono i parametri che ne connotano la qualità, e di conseguenza le ipotetiche esigenze del cliente. Questo è un testo che in teoria potrebbe essere letto da tutti coloro che vanno a lavorare in un albergo, in modo da essere consapevoli di quale sarà la loro funzione lì dentro.