



A cura di  
Maurizio Faroldi

## INSIDER

Oltre che un tema filosofico, il titolo da me scelto per questo articolo mi pare rappresenti un'efficace sintesi del percorso affrontato dal comparto alberghiero, con i suoi servizi e i suoi addetti, negli ultimi 20 anni.

L'estetica, come qualità fondativa nel servizio di accoglienza, è sempre stata associata al modo di presentarsi e di porsi, nel comportamento, nel rispetto e nella distanza tra i ruoli che si configurano in relazione agli ospiti di ogni realtà alberghiera. Ad esempio, in merito alle caratteristiche ideali di un addetto al ricevimento si sono sempre citate, quali doti necessarie, la cortesia,

Nello stesso periodo, mi è capitato di seguire, con molta attenzione, un'iniziativa di EHMA (Associazione Europea dei Manager Alberghieri) finalizzata a creare un percorso che portasse alla Certificazione della Professione del Direttore d'Albergo, anche in funzione di un codice etico professionale.

Insomma, sia chi è agli albori di una carriera, sia chi la sta costruendo, o chi ne abbia già raggiunto i massimi gradini non può esimersi, oggi, dal parlare anche di etica e dall'interrogarsi sull'etica professionale. E, quasi sempre, tutti annuiamo, concordiamo, condividiamo.

# Dall'estetica all'etica: i TRE SAPERI

la precisione, l'attenzione, l'aggiornamento, la cura dell'ospite, la correttezza. Così, come di una governante, si sono sempre apprezzate e ritenute necessarie qualità come l'onestà, la correttezza, la capacità di formare un team, la chiarezza comunicativa, l'abilità organizzativa, la psicologia con clienti e colleghi e la cura del dettaglio.

Ma, nel tempo, con l'evoluzione dei rapporti, dei servizi e dei mercati, i nostri ruoli in azienda hanno cominciato ad essere misurati anche in funzione dell'etica. L'etica è da sempre considerata peculiarità di categorie professionali quali medici, avvocati, giornalisti che, rispettando un determinato codice comportamentale, si impegnano a tutelare e, quindi, a non ledere in nessun modo la dignità, la salute e la reputazione di chi sia oggetto del loro operato. Da qui il concetto di codice etico, come di un insieme di regole comportamentali che definiscono una professione e la sua deontologia.

Nei mesi scorsi, ho incontrato gli studenti di una scuola alberghiera del Lago Maggiore, che mi hanno posto domande dirette su cosa sia l'etica del lavoro. Per esempio, mi hanno chiesto quanto sia importante perseguire un'etica del lavoro, o ancora, se ogni albergo dovrebbe avere un proprio codice etico e se l'etica si acquisisca con l'esperienza. Devo ammettere che mi ha pervaso un piacevole stupore per l'età molto bassa di chi mi poneva queste domande!

Ma proviamo a fare il punto.

**Significato di Etica:** ricerca di ciò che è bene per l'uomo, di ciò che è giusto fare o non fare; modo di comportarsi in base a ciò che si ritiene sia la cosa giusta: etica professionale, coscienziosità, scrupolosità nel lavoro unite a riservatezza. L'etica può anche essere definita come la ricerca di uno o più criteri che consentano all'individuo di gestire adeguatamente la propria libertà nel rispetto degli altri. Parliamo quindi della capacità di sapersi rapportare, nella propria attività, con i colleghi di lavoro e con i clienti. L'etica può anche essere definita come la capacità di gestire adeguatamente la propria libertà nel rispetto degli altri. In questo senso, la professione alberghiera, esercitata da uomini e rivolta ad altri uomini, richiede un preciso perimetro etico che non significa solo fare ciò che si deve fare, ma anche come poterlo fare al meglio.

**Significato di etica professionale:** l'etica professionale è quella parte della filosofia che studia la morale, le relazioni sociali, i diritti e i doveri delle persone nei rapporti con la collettività. La parola etica deriva dal greco *ethos* che indica le abitudini, il comportamento, l'atteggiamento che diventa virtuoso attraverso l'abitudine e l'esercizio costante.

E quindi, oggi, che succede?

Nel nostro settore, l'etica professionale si è evoluta molto velocemente; una volta, come abbiamo detto, si basava sulla con-

dotta e sulla volontà, insomma era importante sapersi comportare in un certo modo e aver rispetto del cliente, per poter affermare di possedere un'adeguata cultura del servizio. A me piace, invece, pensare che, oggi, un buon addetto in albergo debba avere conoscenze e abilità equilibrate sui tre SAPERI; il "SAPERERE"; il "SAPER FARE" e il "SAPER ESSERE". È sviluppando e integrando in maniera equilibrata questi tre SAPERI che un buon addetto in hotel può affermare di possedere un profilo deontologicamente e eticamente professionale.

Vediamoli più nel dettaglio:

**SAPERERE:** è il possedere una buona cultura di base; non mi riferisco a quella acquisita a livello lavorativo, ma alla quota di cultura personale. In merito a questo primo punto è essenziale che, volendo costruire un buon di team, in fase di selezione, si individuino collaboratori portatori di una cultura eclettica, che abbiano interessi e passioni legate ad attività non necessariamente attinenti ai propri indirizzi di studio. Questo darà la ragionevole aspettativa di aver introdotto in azienda persone che hanno voglia di aggiornarsi, di conoscere e di capire. Sani presupposti per ottenere successo in una professione, come quella alberghiera, che necessita continuamente di formazione e accrescimento di Know-how.

**SAPERERE FARE:** è la capacità di sviluppare e saper utilizzare il know how appreso in modo appropriato, di utilizzare al meglio le competenze acquisite con l'esperienza, di avere abilità pratiche e tecnologiche, di gestire i problemi del quotidiano lavorativo e di possedere flessibilità e capacità di adattamento alle mutevoli situazioni professionali.

**SAPERERE ESSERE:** è il requisito più importante, la ricerca di equilibrio che consente di essere in armonia con se stessi e con gli altri durante il servizio. Per lavorare serenamente a contatto con le persone, devi svegliarti alla mattina ed essere felice di andare a lavorare! Devi avere e coltivare una forte attitudine alla modulazione dei rapporti interpersonali e imparare anche a gestire l'emotività.

È importante mettere in evidenza che, privilegiare il solo "Saper fare" a scapito del "Sapere" e del "Saper essere" rende una persona inadeguata agli scenari professionali di oggi che richiedono sempre

più una preparazione di tipo teorico-culturale.

"Sapere", "Saper fare" e "Saper essere", dunque, interagiscono tra di loro, creando e modellando una professionalità in grado di aderire alle diverse situazioni di lavoro. Una volta coltivati e sviluppati, i TRE SAPERI permettono di essere eticamente in linea con il servizio alberghiero nel terzo millennio. E sono i mattoni formativi di un buon professionista.

Ma cosa significa essere un'azienda eticamente valida? Se vuoi essere riconosciuto da un cliente come albergatore o dipendente d'albergo attento ai nuovi bisogni e ai cambiamenti per una convivenza consapevole, devi avere atteggiamenti e comportamenti etici e farti tu stesso portatore di questi valori nella tua attività, aprendoti sempre più alla cultura, ai bisogni e agli stili di vita dei tuoi ospiti. Dovrai, per esempio, prestare grandissima attenzione alla cura dell'ambiente, attraverso iniziative sostenibili che vanno dal differenziare gli scarti della produzione all'usare carta certificata sostenibile; dall'installare riduttori di flussi nelle rubinetterie dei bagni, a equipaggiare l'hotel con illuminazione a Led; dal condividere comportamenti di risparmio energetico, all'offrire una mobilità dolce, ovvero una courtesy-car ad alimentazione elettrica; dall'accorciare la filiera degli approvvigionamenti, acquistando ingredienti prodotti in area regionale del tuo ristorante, a differenziare la tua proposta culinaria sulla base delle intolleranze alimentari e/o religiosi degli ospiti. Questa serie di comportamenti qualifica l'etica del vivere in una comunità consapevole e risulta rispettosa dell'ambiente e, di conseguenza, pone la tua offerta di soggiorno alberghiero in linea con le più aggiornate sensibilità degli ospiti.

Detto ciò, sorgono ulteriori interrogativi con i quali è doveroso confrontarsi. Per esempio, "che relazione c'è tra etica e revenue, in ambito commerciale?" "Sono due termini che possono essere accostati?" "Qual è il prezzo massimo al quale si può vendere una camera?" E "come dobbiamo comportarci eticamente di fronte, ad esempio, alle reazioni che le nostre tariffe dinamiche provocano alla clientela?" E ancora, "dove sta il giusto rapporto tra etica e prezzo e qual è, se c'è, il limite del revenue?". Domande alle quali cercheremo di dare risposta in un'altra puntata...