



HOSPES

Rassegna degli allievi di oggi e di ieri della "Scuola di Stresa"



numero 5 - ottobre 2018

Il tema di questo numero: L'Etica.

Il senso comune della bellezza.

Segmentare per migliorare.

Biografie etiche di Direttori d'albergo.

**L'etica dei tre saperi:
Sapere. Saper fare. Saper essere**



The background of the image is a scenic view of a body of water, likely the sea, with mountains in the distance under a blue sky with scattered clouds. A large, white, three-dimensional spoon graphic is positioned horizontally across the middle of the image. The text "La Scuola" is written in a white, serif font above the bowl of the spoon, and "di Stresa" is written in the same font below it, with the spoon's bowl acting as a visual separator between the two lines of text.

La Scuola di Stresa



Città di Stresa



Alto Piemonte Turismo



HOSPES

CENTRO PER GLI STUDI TURISTICO-ALBERGHIERI E PER LO SVILUPPO
DELL'ISTITUTO "ERMINIO MAGGIA" DI STRESA

CODICE D'ONORE

- 1** Eleggere l'onestà a legge fondamentale del comportamento, come uomo, come cittadino, come lavoratore, osservando interamente i propri doveri verso se stessi, verso il prossimo verso la comunità in cui si vive.
- 2** Anelare al bene ed al miglioramento proprio ed altrui. Recare nei rapporti col prossimo l'entusiasmo per il lavoro. Lealtà, correttezza e generosità siano i caratteri distintivi della nostra azione.
- 3** Cercare il successo, senza venir meno alla dignità personale e senza danneggiare gli altri.
- 4** Interessarsi alle finalità dell'azienda in cui si opera, favorendo in tal modo la propria affermazione, mediante un comportamento attivo e sincero, ispirato a vivo senso di responsabilità, nel rispetto e nel desiderio di collaborare coi Superiori.
Lavorare senza deflettere dal proprio impegno anche nelle situazioni provvisorie, non infrequenti nelle professioni turistiche.
- 5** Saper operare nel turismo con spirito "giovane", evolvendo continuamente mentalità e metodi secondo quanto di meglio e di più progredito possano offrire i tempi.
- 6** Considerare l'integrità morale della persona - particolarmente nelle professioni in cui il contatto col pubblico la espone ad un continuo giudizio - come fattore di benessere materiale e spirituale.
- 7** Non imitare il cliente o i colleghi che si comportano male, ma agire con spirito di indipendenza ed insieme con rispetto delle opinioni altrui.
- 8** Non ritenere soltanto accessoria la pratica dell'ordine, della cortesia, della precisione.
- 9** Evitare le discussioni con i clienti e con i colleghi di lavoro, e rispondere sempre con urbanità, e con senso di rispetto per il Superiore.
- 10** Non invidiare chi è più in alto di te, né disprezzare chi segue. Aiutare i compagni a salire, correggendo con dovuto tatto. Procurare sempre l'attuazione dei principi educativi della nostra Scuola di Stresa.

Sommario

Direttore responsabile:

Renato Andreoletti

Iscritto al n. 122 del
Reg. - Stampa del Tribunale
di Novara con Decreto
Presidenziale
del 27-01-1959.

Redazione:

Luca Dal Grande

Francesca Morleo

Luca Piolini

Lara Spinozzi

Emilie Bogø

Alice Frambusto

Selene Mazzoni

Martina Miglioranza

Marianna Perfetti

Michela Perna

Andrea Sieno

Simeone Vegliani

Greta Villa

Segreteria di produzione:

Rebecca Staffa

Progetto grafico:

Punto P di Guido Tassini - Vercelli

Si ringraziano per la collaborazione:

il Dirigente Scolastico

Professoressa Manuela Miglio

il Signor Oreste Primatesta

In copertina:

illustrazione di Guido Tassini



Editoriale	6
TEMA DEL NUMERO: L'ETICA	
L'Etica	8
Il senso comune della bellezza - Il bello è sempre universale	20
Segmentare per migliorare	26
Biografie etiche di Direttori d'albergo	
1/ Frank Camilleri - Da Malta con amore	35
2/ Claudio Ceccherelli - L'Empatia al potere	40
3/ Stefano Chiesa - La Mitezza dell'uomo forte	46
4/ Patrizio Cipollini - Il vero lusso è il Servizio	52
5/ Elisabetta Dotto - Voglia di indipendenza	58
6/ Stefano Squecco - La Qualità Hilton	62
7/ Carlo Tixe - La Famiglia al primo posto	68
L'etica dei tre saperi: Sapere. Saper fare. Saper essere	74



Centro per gli studi
turistico-alberghieri e per lo sviluppo
dell'Istituto "Erminio Maggia".
Viale Professor Albano Mainardi, 3
28838 Stresa (VB)
tel. 366 7219457
e-mail info@associazionehospes.it
www.associazionehospes.it
codice fiscale 00461920035.

Presidente
Riccardo Fava Camillo

Vice Presidente Vicario
Ermanno Gafforini

Amministratore Delegato
Erminio Maggia

Consiglieri
Roberto Abbondio
Silvia D'Ilario
Silvano Fortina
Luciano Marchisio
Umberto Michetti
Alessandro Porrini
Ezio Primatesta
Stefano Zanetta

Quote associative annue
Sino a 25 anni di età € 25,00
ordinaria € 50,00
sostenitori da € 100,00
Modalità di versamento
bonifico bancario: Hospes - Stresa
c/o Banco Popolare sede di
Novara, codice IBAN IT 98 T 05034
10100000000022703

RASSEGNA HOSPE

Assemblea Soci Hospes - Tempo di bilanci e prospettive.	84
Luciano Manunta La dimensione etica di un professionista d'albergo.	92
L'Alberghiero più antico d'Italia al traguardo dei suoi primi 80 anni Il Dirigente Scolastico presenta la celebre "Scuola di Stresa"	100

NEWS DALLA "SCUOLA DI STRESA"

La "Scuola di Stresa" all'ARTIGIANO IN FIERA	108
Una didattica da vedere La mostra della "Scuola di Stresa" debutta a Levico Terme	114
A colloquio con Federico Samaden - Una giornata dedicata al piacere dell'accogliere ed alla rischiosa bellezza dell'educare	122
La "Scuola di Stresa" festeggia gli 80 anni con le "Buone Stelle": intervista con Antonino Cannavacciuolo	126
"Profumi di Lago": intervista con Marco Sacco	136

Editoriale



LUCA DAL GRANDE

“Cara redazione, pur avendo apprezzato il lavoro che avete svolto, mi chiedo per quale ragione abbiate scelto un tema così impegnativo per questo numero della rivista. Era davvero indispensabile occuparsi proprio di etica?”.

Chissà che molti, dopo aver scoperto l'argomento del nuovo e-book Hospes, non abbiano pensato di prendere in mano la penna e di avanzare una simile osservazione.

In effetti non si può negarlo, il termine “etica” richiama subito i nomi di grandi intellettuali che hanno vissuto in un passato davvero remoto, all'interno di un orizzonte culturale che per molti aspetti non ci appartiene più. Eppure tutti coloro che svolgono un mestiere hanno sentito parlare almeno una volta di etica professionale: regole, non per forza scritte, che ci fanno sentire un corpo unico, teso verso un unico scopo; regole che interessano sia i principi cardine del mestiere, sia le minuzie estetiche o formali (si è mai visto un giudice in aula senza toga, un medico nello studio senza camice, uno studente o un docente d'istituto alberghiero in classe senza giacca e cravatta?). Forse è la parola “regola” a fare spavento. Allora proviamo a sostituirla con “buona abitudine”. In fondo i Greci, parlando di *ethos*, intendevano proprio questo: consuetudine, uso, costume. Fa parte della natura umana l'abitudine, anche per i più ribelli.

Nessuno può dire di esserne esente.

Il che non è per forza un male, perché quando l'abitudine si rivolge alla ricerca del bene e della felicità, in quell'istante si tramuta in scelta etica.

Perciò è così importante occuparsene: l'etica non è un punto di arrivo, ma sta alla base di ogni rapporto umano. Di conseguenza chi non si uniforma ai principi etici della propria professione difficilmente potrà svolgere bene l'incarico che gli è stato affidato. Difficilmente riuscirà a fare squadra con i propri colleghi.



Etica

E difficilmente potrà procurare la felicità per se stesso e per gli altri.

Lo stesso principio vale anche per l'ambiente scolastico. Ogni buon insegnante, infatti, sa che il primo giorno dell'anno ai nuovi studenti va spiegato qual è lo stile che caratterizza l'Istituto. Uno stile fatto di norme e buone pratiche certamente difficili da digerire in un primo istante, ma qualificanti nel lungo termine.

Solo ragionando in quest'ottica, dunque, ha senso riprendere in mano alcuni articoli del Codice d'Onore dell'Hospes: "Eleggere l'onestà a legge fondamentale del comportamento [...] osservando interamente i propri doveri verso se stessi, verso il prossimo, verso la comunità in cui si vive", perché sia sul posto di lavoro che al di fuori siamo parte di una realtà sociale portatrice di diritti e doveri; "anelare al bene ed al miglioramento altrui", perché alla lunga il benessere individuale è influenzato dal benessere globale; "non ritenere soltanto accessoria la pratica dell'ordine, della cortesia e della precisione", perché è un modo per testimoniare la propria dedizione all'altro. Ecco lo spirito che anima la Scuola di Stresa da 80 anni, ecco i valori etici che ha cercato di trasmettere alle numerose generazioni che ha accolto e formato. Pertanto, nel festeggiare questa speciale ricorrenza, lasciamo risuonare ancora qualche frase del Codice d'Onore, augurando al personale di "procurare sempre l'attenzione dei principi educativi della nostra Scuola di Stresa"; e agli studenti di "cercare il successo, senza venir meno alla dignità personale e senza danneggiare gli altri".

Quale percorso occorre seguire per raggiungere queste "Alte Mete"? Per rispondere a questo e all'interrogativo iniziale si è scelto di dare voce ai professionisti del settore. Chi meglio di loro può confermarci se, come sosteneva Aristotele, "virtuosi non si nasce, ma si diventa attraverso l'esercizio costante"? A loro la parola.

Tema del numero

L'etica

di RENATO ANDREOLETTI, **Socio Hospes**

L'etica (termine derivante dal greco antico ἦθος (o ἡθος), èthos, "carattere", "comportamento", "costume", "consuetudine") è una branca della filosofia che studia i fondamenti razionali che permettono di assegnare ai comportamenti umani uno status deontologico, ovvero distinguerli in buoni, giusti, leciti, rispetto ai comportamenti ritenuti ingiusti, illeciti, sconsigliati o cattivi secondo un ideale modello comportamentale (per esempio una data morale).

L'Etica è l'insieme dei valori che caratterizzano la personalità, la condotta, la coerenza di una persona, di una famiglia, di un gruppo sociale, di una collettività, di un'intera civiltà. Si distingue dalla mentalità perché valuta la coerenza dei comportamenti da ciò che viene affermato. L'Etica in un individuo si forma in famiglia nei **primi 5/6 anni di vita** a contatto soprattutto con le madri, che sono le principali custodi dei valori etici che vengono trasferiti da una generazione all'altra. In secondo luogo, i valori etici sono fortemente influenzati sia dall'ambiente naturale che da quello sociale in cui cresce ogni singolo individuo, spesso con speciazioni di genere

(tra maschio e femmina per esempio oppure a seconda della **classe sociale** di provenienza) proprio in conseguenza dell'ambiente sociale in cui si forma la singola personalità.

La **religione** svolge un ruolo fondamentale nella formazione etica delle singole personalità e dell'insieme delle loro interazioni. Per la maggior parte delle persone la religione è un abito che si indossa per abitudine, per rispetto delle tradizioni, oppure è un abito alla moda che si esibisce nelle occorrenze liturgiche per sottolineare un ruolo sociale o politico. I giovani gentiluomini del Rinascimento a messa, la domenica, esibivano i loro abiti

più eleganti e sgargianti, con il *pacco inguinale* messo ben in evidenza sia dal taglio dell'abito che da un supplemento di imbottitura dello stesso. Collocati in piedi a fianco dei banchi dove sedevano le donne e gli anziani, con le cosce che risaltavano grazie alle aderenti calzamaglie, i giovani aristocratici si esibivano come galletti nel pollaio per attirare l'attenzione delle possibili future fidanzate. La donna aveva dalla sua la bellezza del viso, l'eleganza dell'abito e la dote assegnatale dalla famiglia, i maschi squattrinati (soprattutto i fratelli cadetti che non avrebbero ereditato nulla del patrimonio paterno che sarebbe andato al primogenito) dovevano ricorrere

Con Paolo di Tarso (di cultura greca, sacerdote ebreo convertito al cristianesimo) il messaggio del Cristo, sconfitto e rimosso dalla comunità ebraica con l'assassinio del predicatore e la persecuzione dei suoi seguaci, trova terreno fertile proprio tra coloro che l'hanno crocifisso, i Romani. Eliminando l'obbligo della **circoncisione**, incomprensibile per un popolo

che va in Palestina e attraverso visioni notturne ritrova i luoghi della vita e della passione del Cristo. Conquistato il potere, la minoranza cristiana radicalizzata detta l'agenda dei valori che dovevano permeare tutti i cristiani, anche quelli più riflessivi o meno convinti. I cristiani fanatizzati tra il quarto e il quinto secolo



che frequenta assiduamente le terme ovunque arrivasse l'aquila romana, idealizzando attraverso la filosofia greca la figura ontologica del Cristo, assunta a divinità assieme al Padre e allo Spirito Santo, trinità presente da sempre tra i popoli indoeuropei che a partire da 5000 anni fa invasero l'Europa a Ovest e l'India a Sud partendo dal cuore dell'Asia, superato il divieto rigoroso contenuto nel comandamento mosaico "non ti farai idolo né immagine alcuna di ciò che è lassù in cielo, né di ciò che è quaggiù sulla Terra, né di ciò che è nelle acque sotto la terra" altrettanto incomprensibile per popoli usi a **raffigurare le divinità**, il cristianesimo nella versione di San Paolo conquista seguaci sempre più numerosi a mano a mano che Roma entra in crisi di identità di fronte a un impero eccessivamente esteso rispetto alle risorse umane ed economiche disponibili. Con l'imperatore Costantino, nel quarto secolo, il Cristianesimo viene legalizzato nel 313, con Teodosio (su spinta di Ambrogio vescovo di Milano, all'epoca capitale dell'impero romano d'Occidente dal 282 al 402) tra il 380 e il 390 prima diventa religione di Stato e poi unica religione ammessa. Costantino non è cristiano. Diventato imperatore, si fa erigere un arco vicino al Colosseo che è rimasto integro: sull'arco, scolpito in ogni sua parte, non c'è alcun accenno alla croce e tantomeno al cristianesimo. È la madre di Costantino, Elena, fervente cristiana, colei

distruggono la gran parte dei templi e delle statue di epoca classica, bruciano la più grande biblioteca dell'antichità, quella di Alessandria d'Egitto, sopravvissuta all'incendio provocato nel 48 prima della nostra era dai soldati di Giulio Cesare assediato dagli egizi dell'ultimo faraone, Tolomeo, fratello di Cleopatra. La biblioteca non sopravvisse alla furia vandalica dei cristiani del 391.

La teocrazia cristiana all'origine era subalterna alla volontà dell'imperatore di Bisanzio, l'unico sopravvissuto allo tsunami provocato dall'invasione dei popoli germanici tra il 406 e il 476, anno ufficiale della morte dell'Impero Romano d'Occidente. Bisanzio diventa l'ultima roccaforte romana nel Mare Mediterraneo e tale resterà per un altro millennio. La prima metà del sesto secolo si caratterizzò per il tentativo di Giustiniano, diventato imperatore a Costantinopoli nel 527, di riconquistare gli ex territori imperiali bagnati dal Mare Mediterraneo guerreggiando sia con i Vandali nel Nord Africa che con i Goti in Italia, sconfiggendo entrambi.

Giustiniano stava per ricostituire l'impero nei confini di Costantino quando un'epidemia di peste tra il 541 e il 542 decimò sia la popolazione che soprattutto l'esercito.

Giustiniano fu anche un legislatore. Il suo Codice Giustiniano è rimasto il lascito più importante della sua epoca. La sconfitta invece del suo tentativo di ricostituire



l'antico impero portò a un vuoto politico e demografico che sarà colmato in Italia dai Longobardi, arrivati tre anni dopo la sua morte, nel 568, e nei Balcani dagli Slavi, arrivati sulla sponda orientale del Mare Adriatico nella stessa epoca. La sconfitta di Giustiniano aprirà le porte, nel secolo successivo, a una rivoluzione politica e religiosa la cui portata è arrivata fino a noi: ***l'Islam.***



È l'arcangelo Gabriele (lo stesso che nei Vangeli ha annunciato la nascita del Cristo alla vergine Maria) che detta a Maometto le parole di Allah. Maometto, 570-632, è un mercante che vive nella città sacra della Mecca, nella penisola arabica. Maometto conosce e si ispira sia alla Bibbia ebraica che ai Vangeli cristiani. In un momento di crisi politica epocale, Maometto fonde messaggio religioso e obiettivi politici. L'umma (il popolo) dei seguaci della parola impressa nel Corano deve essere in tutto e per tutto fedele al compito di conquistare all'Islam l'intero pianeta convertendo chi fa proprio il messaggio e lo stile di vita (l'etica) contenuti nel *Corano*, decapitando gli idolatri che non si convertano, tollerando le minoranze ebraiche e cristiane riducendole però a cittadini senza diritti obbligandoli a pesanti tributi fiscali. L'Islam coranico è meritocratico: chiunque si converta diventa un fratello nella fede e ha gli stessi diritti e le stesse opportunità di chiunque altro. Perfino il figlio dello schiavo o della schiava può diventare Gran Vizir o addirittura Sultano. Le conversioni ovunque arrivi la bandiera verde del profeta avvengono in massa. La teocrazia musulmana non lascia dubbi: chi non si converte è un infedele, non può diffondere la sua religione se è cristiano o ebreo, va massacrato se è di altra fede o non ne ha alcuna. Va giustiziato anche il musulmano che cambiasse fede. L'apostasia ancora oggi è un reato gravissimo in molti

Stati musulmani. Dopo la morte di *Maometto* (nel 632), alcuni geniali condottieri che combatterono al suo fianco invadono sia le coste del Mare Mediterraneo che l'entroterra asiatico espandendo l'Islam verso i quattro punti cardinali. È l'impero persiano il primo a essere conquistato dopo soli cinque anni dalla morte di Maometto. Diventa musulmano tutto l'ex impero romano



dal Medio oriente fino all'Egitto e al Marocco sbarcando in Spagna e in Sicilia.

Nei secoli successivi l'Islam guidato dagli Ottomani (popolo asiatico di lingua turca convertitosi all'Islam nel 1200) risalirà i Balcani fino a conquistare, nel 1453, la stessa Costantinopoli, ripulita etnicamente, rimodellata architettonicamente per contenere moschee e minareti. L'Islam per ben due volte arriverà fino a Vienna, nel 1529 e nel 1683. In Asia arriverà a conquistare l'Afghanistan a Nord, l'India settentrionale, l'Indonesia a Sudest.

Il *Cristianesimo* nel frattempo non era stato fermo. Milano, con la più grande diocesi cristiana erede dell'importanza del ruolo di Ambrogio quando era stata capitale dell'impero, era stata spazzata via dalle invasioni germaniche, Roma era tornata al centro della cristianità anche se ancora in posizione subalterna rispetto a Bisanzio, che occupava a macchia di leopardo parti del territorio della penisola.

I Longobardi nel corso dei secoli settimo e ottavo ridussero ulteriormente l'influenza bizantina in Italia provando a unificare l'intera penisola sotto di loro. I papi, forti dell'investitura evangelica ("Tu sei Pietro e su questa pietra edificherò la mia chiesa e le porte degli inferi non prevarranno contro di essa. A te darò le chiavi del regno dei cieli, e tutto ciò che legherai sulla terra sarà legato nei cieli, e tutto ciò che scioglierai sulla terra sarà sciolto nei

cieli") e della morte di Pietro decapitato a Roma nel 64, sul finire dell'ottavo secolo chiamarono in loro aiuto i Franchi, il popolo più forte emerso tra quelli che avevano invaso l'Europa continentale, attestati tra le attuali Francia, Belgio e Germania. I Franchi erano riusciti a fermare l'espansione islamica a Ovest confinandola alla sola Spagna. I Franchi cercavano una legittimazione carismatica al loro potere,

utilizzato per giustificare il ruolo di arbitro di papa Borgia, Alessandro VI, tra Spagna e Portogallo nel trattato di Tordesillas che stabilì le aree di reciproca influenza nell'Oceano Atlantico.

Si creò una sorta di dualismo: il papa era il capo spirituale della cristianità, l'imperatore ne era il capo politico. Nello stesso tempo, la gerarchia clericale aveva anche un



i papi cercavano chi li difendesse dalle mire politiche longobarde.

I papi chiamarono in Italia i Franchi, che sconfissero i Longobardi, e nel Natale dell'800 incoronarono Carlo, re dei Franchi, come imperatore del neocostituito Sacro Romano Impero. Sempre in quell'anno, fu redatta la "donazione di Costantino", un falso abilmente confezionato dalla Curia che affermava che l'imperatore Costantino nel 315 aveva attribuito al papa Silvestro I e ai suoi successori le seguenti concessioni: il primato (principatum) del vescovo di Roma sulle chiese patriarcali orientali (Costantinopoli, Alessandria d'Egitto, Antiochia e Gerusalemme); la sovranità del pontefice su tutti i sacerdoti del mondo; la sovranità della Basilica del Laterano, in quanto "caput et vertex", su tutte le chiese; la superiorità del potere papale su quello imperiale. Inoltre la Chiesa di Roma ottenne secondo il documento gli onori, le insegne e il diadema imperiale ai pontefici, ma soprattutto la giurisdizione civile sulla città di Roma, sull'Italia e sull'Impero romano d'Occidente.

Considerato che *neppure Carlo Magno sapeva leggere* e scrivere come la stragrande maggioranza dell'aristocrazia militare germanica del continente, e che la cultura era appannaggio pressoché esclusivo della Chiesa e dei suoi chierici, ci vollero oltre sei secoli per scoprire il falso che ancora nel 1493 fu

ruolo politico sempre più importante con i vescovi che assumevano ruoli politici decisivi a capo di città e territori come principi e come vescovi conte. Da qui lo scontro sulle loro nomine (a chi spettava?) che contrappose in modo sempre più aspro papato e impero.

Famoso l'episodio dell'imperatore Enrico IV costretto nel 1077 ad andare a Canossa per impetrare il perdono di papa Gregorio VII che lo aveva scomunicato.

Un altro scomunicato d'eccellenza fu l'imperatore Federico II, scomunicato per ben due volte perché non voleva imbarcarsi in una sanguinosa *Crociata* per conquistare Gerusalemme. Se la cavò una prima volta attraverso una trattativa diplomatica con il sultano d'Egitto che gli permise di entrare in Gerusalemme nel 1229 senza spargere sangue, fu scomunicato di nuovo da papa Innocenzo IV nel 1245 sempre con la stessa motivazione. Sotto la superficie delle crociate, c'era il vero motivo del contendere: il controllo della penisola italiana.

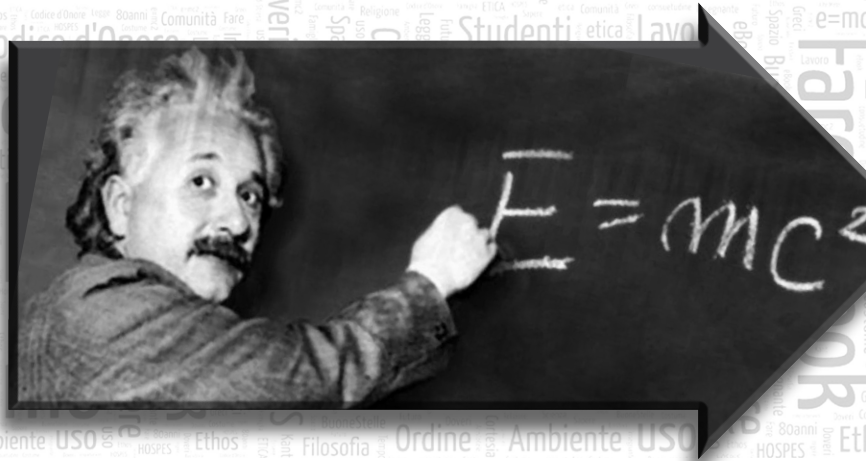
Questo dualismo si protrarrà per secoli fino alla *pace di Westfalia* del 1648 che sancirà la fine dell'unità sia religiosa che politica del continente. Il papa nella notte di Natale dell'800 conferisce all'imperatore il carisma ontologico di unto del Signore (come furono Saul e Davide nella tradizione biblica), Carlo diventa l'erede ufficiale dell'Impero Romano d'Occidente, che verrà abolito ufficialmente da Napoleone Bonaparte nel 1805, oltre



mille anni dopo. Papato e impero guidano le sorti della Cristianità, spesso scontrandosi ma trovando sempre in modo per rappacificarsi. L'uno ha bisogno dell'altro. Quando verrà meno l'unità religiosa dei cristiani, con la rivoluzione protestante di Lutero nel primo ventennio del 1500, inizierà a sgretolarsi anche il dominio imperiale, che conosce l'apice e l'inizio della fine con Carlo V



guerre imperiali per un paio di secoli, dalle Americhe arriva la rivoluzione alimentare legata al **mais** (oggi il cereale più diffuso sul pianeta), alla **patata**, al **cacao**, ai **fagioli**, all'**ananas**, ai **peperoni**, al **tabacco**. I portoghesi doppiano il Capo di Buona Speranza in Africa e si affacciano nell'Oceano Indiano. Per l'Islam, che in quel secolo miete notevoli successi militari



d'Asburgo, diventato imperatore nel 1519. L'alleanza tra Chiesa e impero ha bloccato l'ascesa dell'Islam in Spagna nell'ottavo secolo, ha innescato la stagione delle crociate tra X e XIII secolo, ha portato alla riconquista della Sicilia nell'undicesimo secolo e quella della Spagna completata nel 1492, ha scavato un solco politico e culturale tra Nord e Sud del Mediterraneo con cui facciamo ancora i conti, nello stesso tempo ha permesso all'Europa cristiana di recuperare il pensiero e gli scritti dei principali filosofi greci. Il patrimonio culturale degli antichi era stato disperso in Europa sia a causa dell'iconoclastia dei cristiani radicalizzati del quarto secolo che per le distruzioni provocate dai popoli germanici, totalmente illetterati, nei secoli successivi. In nome della teocrazia cristiana, papi e imperatori ordinavano guerre e crociate con il motto "Dio lo vuole!".

La svolta del 1500

Il 1500 è il secolo della svolta per l'intera storia del nostro pianeta. Gli europei, che sono sbarcati nelle Americhe nel 1492, dalle Americhe porteranno in Europa una **incredibile ricchezza**: nel 1521 Hernan Cortés conquista l'impero azteco del Messico e porta in Spagna tonnellate di oro, nel 1534 Francisco Pizarro conquista l'impero Inca sulle Ande e scopre le miniere di argento del Potosì, che alimenteranno le casse della Spagna e le

in Europa, in Asia e nella stessa India settentrionale, inizia una progressiva stagnazione economica.

Gli europei irrompono nel Mar Rosso, dove svolgono una florida attività di pirateria, e bloccano una delle vie commerciali più antiche del pianeta, quella tra penisola arabica e India, iniziando una penetrazione nel subcontinente indiano che terminerà con la completa conquista dello stesso a opera dell'Inghilterra nella seconda metà del 1700.

All'opposto che nell'Islam, in Europa si assiste a un'incredibile **esplosione scientifica e tecnologica** alimentata anche dalla concorrenza tra gli Stati e dalla libertà di ricerca affermatasi nei Paesi protestanti dove il potere della gerarchia cattolica è stato eliminato e con esso anche l'approccio dogmatico di cui fu vittima tra gli altri Galileo Galilei. Per il papa era il sole a ruotare attorno alla terra; chi affermava il contrario rischiava il rogo come eretico. Qualcosa di analogo era già accaduto nel mondo islamico, bloccando il progresso scientifico che proprio in quelle terre aveva avuto origine nei secoli precedenti. Il progresso scientifico e tecnologico consentirà alle potenze europee (piccole per dimensioni territoriali e demografiche se comparate con l'Islam, con l'India con la Cina) di conquistare e controllare le risorse del pianeta per lo meno fino al 1945 ma in realtà fino al termine del secondo millennio.

E l'Etica?

L'essere umano nasce con la predisposizione (apodittica) a cogliere della realtà solo alcune dimensioni date:

le tre dimensioni (altezza, larghezza, profondità), la linearità del tempo (va solo in avanti con velocità costante), i suoni entro un

c è la velocità della luce.

L'approccio empirico e scientifico consente di ragionare dell'Etica in maniera non dogmatica e ideologica come si è fatto in passato.

L'essere umano appartiene a una specie animale, l'Homo



limitato intervallo, i colori entro un altrettanto limitato spettro di radiazioni elettromagnetiche.

Albert Einstein ha dimostrato che le dimensioni del reale sono almeno quattro con la dimensione spazio-tempo che diventa una variabile se si viaggia vicino alla velocità della luce, la meccanica quantistica ha obbligato gli scienziati ad arrivare a ben **11 dimensioni** per comprendere tutte le leggi fisiche scoperte, non vediamo i raggi ultravioletti, che pure esistono e che altri animali percepiscono, non udiamo gli ultrasuoni, che pure altri animali sentono.

L'evoluzione attraverso decine, centinaia di milioni di anni ci ha predeterminato. Fu il filosofo tedesco Immanuel *Kant* ha coniato il termine apodittico per indicare la percezione della realtà con la quale nasciamo che non è la realtà oggettiva ma solo ciò che noi percepiamo come tale. Scienziati come *Galileo Galilei* ci hanno insegnato che la realtà non va accettata così come la percepiamo ma va indagata per andare oltre e dentro la superficie delle percezioni. Puoi percepire il sole che ruota attorno alla terra. Non è vero ma per poterlo affermare devi effettuare ricerche e dimostrazioni.

È così che Einstein arrivò a dimostrare che tutto ciò che esiste non è materia ma è energia sviluppando l'equazione $E=mc^2$ dove E è l'energia, m è la massa,

Sapiens, dotata di istinti e percezioni apodittiche.

Esserne coscienti significa individuare gli uni e gli altri per comprendere meglio noi stessi e la realtà nella quale viviamo. Siamo animali sociali con un forte istinto gregario, ciò facilita i rapporti sociali ma li espone al rischio di un approccio o a scorciatoie demagogiche.

Non esistono verità e rivelazioni divine se non superano l'esame della scienza empirica. Possibile che nessuno si chieda come sia possibile l'esistenza di un Dio che rivela le sue verità fondamentali, per le quali gli esseri umani sono pronti a morire e a uccidere, all'Ebreo, al Cattolico, al Protestante, al Greco ortodosso, al Musulmano, al Buddista, all'Induista, al Taoista, allo Scintoista, all'Animista, al Mormone, al Testimone di Geova? Un dubbio dovrebbe pur sorgere.

L'***Etica laica contemporanea*** mette al centro della sua morale il dovere di essere umani. Di rispettare ogni essere vivente, di essere responsabili nei confronti di tutto ciò che esiste, pianeta compreso. L'Etica laica e civile non afferma verità assolute ma persegue il bene degli esseri umani rispettandone usi e costumi finché non pretendono di imporsi sugli usi e costumi altrui. L'Etica mostra la via del dovere da cui discendono i diritti e mai il contrario.

Chi si comporta in maniera sensibile e responsabile



acquisisce il diritto di essere considerato adulto e responsabile. Gli altri no.

L'Etica civile traccia un limite, un confine, tra libertà e prepotenza, tra giustizia e sopruso, tra umanità e ferocia. Il tutto senza pretendere di parlare in nome di Dio ma semmai in nome dell'umanità.

La grande rivoluzione culturale degli ultimi due secoli è stata la presa di coscienza che la realtà è assai più complessa di come ci appare, più sfuggitiva e sfaccettata. Da un lato la scienza empirica ci sta aiutando a dilatare e approfondire i confini della conoscenza, dall'altro le scienze sociali, come l'etologia e l'antropologia, ci stanno aiutando a comprendere meglio i meccanismi istintuali e culturali che sottostanno al nostro agire individuale e collettivo mettendo meglio in luce gli aspetti emozionali e razionali che determinano i valori morali delle singole persone come dei gruppi umani.

L'Etica aiuta a comprendere i propri simili, ad accettare le diversità, all'interno di valori autenticamente universali perché riferiti ai bisogni di fondo degli esseri umani (la sicurezza, il lavoro, l'istruzione, la salute, la famiglia) rendendoli compatibili con le interazioni tra civiltà diverse, opinioni e idee diverse, il tutto riferito all'impatto che le nostre azioni hanno o avranno sul pianeta, l'unica casa che ci è stata data e della cui cura siamo tutti responsabili.

Da qui l'ultimo inciso: *il turismo* o è etico o non è. Un turismo etico è innanzitutto un turismo sostenibile e responsabile, sia come impatto sul territorio che come rapporti tra chi vi lavora e nei confronti di chi viene ospitato.

Il turismo ha un passato invasivo, di consumo del territorio, di consumo delle relazioni umane, da cui deve emanciparsi in tempi rapidi per evitare la sua implosione per eccesso.

Come per tutti i fenomeni sociali e culturali, il turismo deve essere uno strumento di conoscenza empirica del mondo che ci circonda, delle culture diverse dalla propria, dell'umanità nei suoi valori universali ma anche nelle sue declinazioni specifiche.

L'Etica applicata al turismo rappresenta la grande sfida del presente e del futuro, della creazione di una civiltà globale nei suoi riflessi ma assai attenta alla biodiversità ecologica e culturale di ogni singolo territorio, di ogni singolo continente.

Il tutto con un approccio laico e civile, vale a dire empirico.

Il senso comune della bellezza

Il bello è sempre



di MICHIL COSTA

Michil Costa è assai più di un noto albergatore di successo dell'Alta Badia, a Corvara, dove è titolare dell'Hotel La Perla.

È la coscienza critica del turismo di montagna, ma non solo.

La sua visione va oltre le mode e la contemporaneità per abbracciare l'universalità dei valori umani che sposano etica, estetica e funzionalità.

Da quando il Romanticismo ha introdotto la montagna nei valori estetici ed esperienziali massimi dell'essere umano, le popolazioni autoctone sono state spesso vittime di un tentativo di omologazione ai valori massificanti e industriali delle città di pianura.

ore universale



Il settore turistico in Trentino-Südtirol non conosce crisi. Beh, dovremmo specificare: i territori che già godono di ottima salute vedono incrementare il numero dei pernottamenti, il che non significa necessariamente miglior benessere per i residenti; mentre località che versano in condizioni più difficili fanno fatica a tenere il passo. Penso in particolare a quelle aree montane a rischio di spopolamento. Senza entrare nello specifico delle singole zone, vorrei per l'ennesima volta soffermarmi sull'importanza dell'aver cura del nostro territorio.

AVERE CURA NON SIGNIFICA
BUCARE OGNI MONTAGNA
O DARE PRIORITÀ INCONDIZIONATA
ALLE COMODITÀ DEI TURISTI.



SE UN PROGETTO, ANCHE IL PIÙ
ORRIBILE, RISPETTA LE NORME
URBANISTICHE E IL PIANO
URBANISTICO COMUNALE,
NESSUNO E TANTOMENO LA
PROVINCIA PUÒ FARCI NULLA.

Avere cura non significa bucare ogni montagna e allargare ogni strada o dare priorità incondizionata alle comodità dei turisti. Questa bulimia esasperata ha, se non stiamo attenti, tendenze suicide.

Come sappiamo l'occhio si abitua a tutto e quindi tutti noi ci adattiamo molto velocemente alla mancanza di grazia ed eleganza. Ci abituiamo al peggio e il peggio porta, prima o poi, alla distruzione. Mi chiedo: c'è una mancanza di sensibilità da parte della popolazione, o le politiche provinciali e comunali dovrebbero essere più incisive? Forse entrambe le cose sono vere, fatto sta che alcune scelte di privati e comuni non possono non preoccupare. Non parlo solo in merito a questioni estetiche, di modernità o tradizione per esempio: **se alla base di un**



intervento non c'è cultura, una visione precisa, ecco che l'approccio sensibile, necessario per fare bene e correttamente qualsiasi cosa, viene a mancare. Molto spesso, causa anche le mille scappatoie consentite dalle leggi urbanistiche, al danno segue la beffa: se un progetto, anche il più orribile, rispetta le norme urbanistiche e il piano urbanistico comunale, nessuno e tantomeno la Provincia può farci nulla.

Molto è stato fatto, tanto è stato migliorato, le costruzioni e progettazioni sono certamente migliori di quanto non lo fossero ancora pochi anni fa, ma rimane molto da fare in termini di macro e micro interventi. Vorrei chiamare in causa i singoli Comuni che potrebbero fare molto di più. Prendiamo ad esempio la legge sulla tutela degli insiemi

MOLTO È STATO
FATTO, TANTO È STATO
MIGLIORATO,
MA I SINGOLI COMUNI
POTREBBERO FARE
MOLTO DI PIÙ



LA PIAZZA CONTEMPORANEA
NEI POSTI AD ALTA VOCAZIONE
TURISTICA HA SMARRITO
IL SUO RUOLO SOCIALIZZANTE.
NON C'È INTERAZIONE,
O CE N'È SEMPRE MENO,
FRA CHI QUI VIVE,
FRA OSPITE E OSPITE,
OSPITE E OSPITANTE.





che prevede che ogni Comune compili un elenco degli insiemi da tutelare. Perché la maggior parte dei Comuni fa orecchie da mercante?

Il turista non è solo un consumatore, e anche se l'ospitalità è commercio, l'ospite non è un portafoglio. La bellezza non è frutto di un passato romantico e il futuro, se davvero lo vogliamo, deve essere pensato bene anche culturalmente. Il proliferare di torri e colonne, archi e castelletti è progettato a tavolino per l'intrattenimento del turista, inteso solo come fonte di reddito. Ma noi, che qui ci abitiamo, siamo contenti di tutto ciò?

Penso alle piazze di paese.

La piazza contemporanea nei posti ad alta vocazione turistica ha smarrito il suo ruolo socializzante. Non c'è interazione, o ce n'è sempre meno, fra chi qui vive, fra ospite e ospite, ospite e ospitante.

Un architetto dovrebbe anche essere psicologo e sociologo: arredare uno spazio vuoto non basta e gli interessi speculativi non dovrebbero avere sede nei suoi pensieri. Anche qui, di esempi belli ce ne sono, certo. Penso alla piazza dedicata a Norbert C. Kaser a Brunico e penso ad alberghi e strutture pubbliche davvero degne di merito.

Costruire bene è un bene necessario: un progetto deve interagire con il territorio, integrarsi nel territorio. Solo così si crea quell'equilibrio fondamentale alla convivenza fra le persone e lo spazio in cui esse si muovono. **Ci sia di esempio l'architetto Caminada che ha fatto di Vrin in Engadina un vero gioiello in cui funzionalità ed estetica si sposano alla perfezione.**

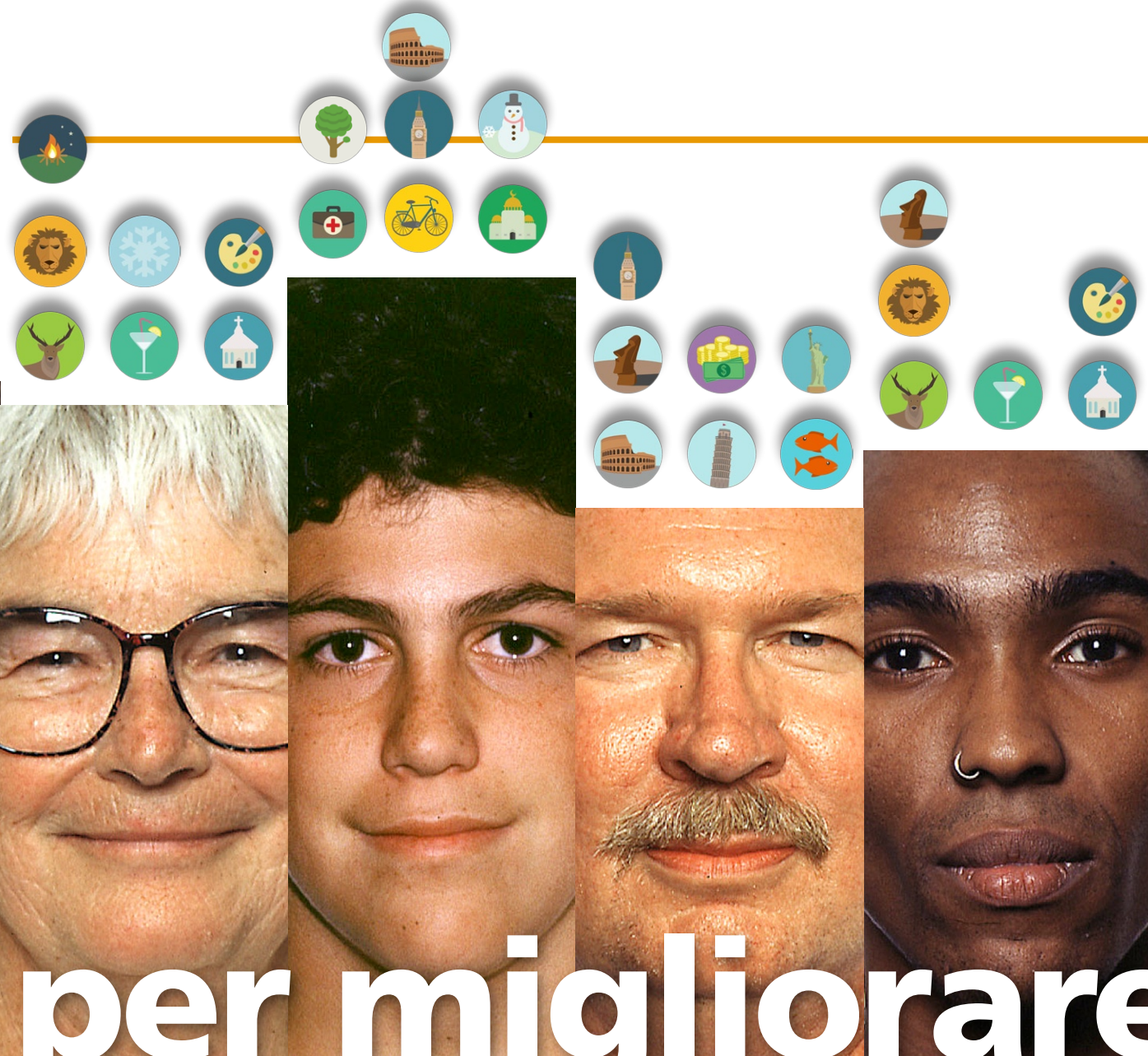
È vero che zone turistiche molto in auge godono di un successo economico sempre maggiore: ma di che successo stiamo parlando?

E chi è che realmente se ne avvantaggia?

Se questo successo avviene a discapito di un senso comune di bellezza, quali benefici può recare all'intera comunità, alle persone che qui vivono tutto l'anno?

La felicità dell'essere umano è data anche dall'ambiente che lo circonda. La divulgazione e la buona progettazione, così come la buona conservazione di ciò che abbiamo, devono interessare tutti, non solo gli architetti, gli imprenditori, gli amministratori.

Se non offriamo bellezza, anche la bellezza che ci sta intorno ne risentirà in modo inequivocabile.



per migliorare

I dati che emergono dalla ricerca dell'Oxford Economics commissionata da Booking.com confermano il fatto che in Italia il 35% delle prenotazioni ricettive passa attraverso il canale dell'intermediazione gestito dalle Online Travel Agency (OTA), che viene a rappresentare il 28% delle notti vendute. In pratica un terzo dei turisti che pernottano nel nostro paese è gestito dalle OTA.

Sicuramente l'impatto economico di questo canale di distribuzione nei conti delle aziende e imprese ricettive italiane è da considerarsi importante, parliamo del cosiddetto CAC (Costo Acquisizione Clienti), ma è anche vero che prescindere delle OTA è un'ipotesi che ormai non ha nessun senso.

La distribuzione delle camere e in conseguenza dell'offerta ricettiva attraverso l'intermediazione online è un bisogno necessario, soprattutto per quanto riguarda l'incoming,

dal momento che l'85% delle camere vendute proviene da turisti stranieri. Ma un'eccessiva dipendenza dall'intermediazione comporta dei rischi, sia per le singole aziende sia complessivamente per la destinazione, perché praticamente si è in mano a terzi. Le analisi effettuate dalla Four Tourism indicano che se nel complesso dell'offerta di una destinazione il 20% dei turisti arrivano attraverso le OTA siamo ancora in un risultato positivo. Il limite accettabile si colloca fra il 30 e il 35%, ma oltre questa percentuale – e fino al 50% – il dato è da considerarsi non soddisfacente. Superare il 50% è invece pericoloso. Ottenere delle prenotazioni dirette dai turisti alle strutture ricettive e ai fornitori di servizi turistici in una destinazione è passato a essere una priorità, tanto dal punto di vista di controllo dei costi di distribuzione, tanto dal punto di vista del marketing.

E partendo dalla premessa che la ricerca dell'informazione riguardo destinazioni e servizi oggi si fa fundamentalmente online, è evidente quanto sia necessario operare in questo campo.

Capire quali sono i turisti che abbiamo già, ma soprattutto quelli che avremo in un domani è importante, così come capire i loro comportamenti e le loro aspettative.

Parlare di millennials, silver hair e del turista della classe media è ormai troppo generico e poco d'aiuto; bisogna invece indagare con maggiore dettaglio le tipologie di turisti che ci si presentano adesso, e quelle che ci si presenteranno.

Tra i turisti che oggi arrivano nelle destinazioni italiane quali sono le tipologie generali più comuni?

E quali sono i principali clienti del settore turistico italiano che è necessario attirare?

In un recente studio che la Four Tourism ha realizzato emerge che per il turismo italiano esistono fondamentalmente sei tipologie specifiche di comportamento turistico, che sono comprese nella grande famiglia dei Millennials e dei Babyboomers.

QUESTE SEI TIPOLOGIE SONO:

1. URBANITI E COSMOPOLITAN
2. I BABY BOOMERS ATTIVI
3. I SOCIAL MEDIA ADDICT
4. I SINGLE
5. I VIAGGIATORI SOLITARI
6. GLI IPERATTIVI

Vediamo quindi quali sono le loro caratteristiche principali e le strategie di marketing online che si devono applicare per potere ottenere la loro attenzione, e soprattutto per far sì che si trasformino in turisti e clienti.



ocial Media





URBANITI E COSMOPOLITAN

La loro caratteristica fondamentale è che vivono in città e dintorni; di conseguenza hanno poco tempo, sono stressati, sempre occupati sia per il lavoro come anche per gli obblighi famigliari, o per entrambi. Dal momento che dispongono di poco tempo, fanno viaggi brevi ma intensi. Per loro il viaggio o la vacanza è uno strumento per staccare dalla realtà quotidiana, per fuggire dallo stress; vogliono proposte chiare e dove si percepiscano immediatamente i vantaggi che la proposta o il prodotto presenta loro. Il loro motto è la completezza e la concretezza. Inoltre è una tipologia di turista che predilige i servizi complementari.

Dal punto di vista del marketing turistico è da tenere in particolare considerazione poiché loro hanno effettivo bisogno della vacanza e la decidono in fretta, motivo per il quale per loro è importante anche che ci siano concretezza e chiarezza. Di conseguenza, e dando come assodato che la loro ricerca di informazioni si svolge fondamentalmente online, per ottenere le loro prenotazioni è importante offrire un'esperienza di prenotazione veloce e semplice. In generale fanno tutto dallo smartphone, pertanto è necessario che la destinazione o l'impresa ricettiva abbia una pagina web facile e intuitiva, meglio se con la possibilità di prenotare dal mobile.

L'offerta complementare e le esperienze sono fondamentali per questo segmento. Non decidono la destinazione in funzione dell'hotel, se non per quello che offre la destinazione (per esempio scoprire come si fa l'olio d'oliva), o per la gastronomia.

È un target che ha un grande rispetto per il medio ambiente. Seppur amano la natura, sono consumatori di turismo urbano. In realtà sono un paradosso perché da un lato cercano come valore l'autenticità ma allo stesso tempo sono turisti edonisti che cercano stimoli e preferiscono la città. La cultura è importante nel mix di motivazioni, ma non è l'unica, preferiscono la cultura immateriale.



I BABY BOOMERS

Come far sì che prenotino da noi? Innanzitutto è da considerare che il bene più prezioso di un baby boomer è il molto tempo che hanno a disposizione. Questo significa che non faranno una prenotazione o decideranno in modo affrettato. Sono attivi, di classe media e con un buon livello culturale.

È una tipologia di turista che, per le sue caratteristiche, cerca esperienze personali ma allo stesso tempo manifesta interesse per la cultura locale e ama fare esperienze. Dato che generalmente non hanno dei figli a carico e le loro spese sono controllate e preventivate, hanno una grande cura di sé e ricercano salute e benessere.

Per catturare la loro attenzione è necessario attuare una strategia di marketing che faccia leva su ciò che interessa loro.

È conveniente offrire quindi informazioni e raccomandazioni: in realtà non sono interessati all'hotel o alla tipologia di ricettività, ma alla destinazione in sé, ovvero al perché dovrebbero scegliere una o l'altra destinazione.

Altro elemento per loro importante è la comodità; si devono proporre quindi servizi aggiuntivi e fare leva sulle installazioni e sui vantaggi che otterranno.



I SOCIAL MEDIA ADDICTED

Si tratta fondamentalmente dei millennials, non ancora della generazione dei nativi digitali (generazione Z). Per loro Internet è la base e strumento per tutto, e i social media sono la loro principale fonte d'informazione. Vogliono interagire con la destinazione e con chi deve fornire loro servizi soprattutto per fare delle domande. Adorano opinare e fare recensioni, e che si tenga in considerazione il loro parere.

Il comportamento dei social media addict davanti alle vacanze e al turismo è semplice: il turismo per loro è una commodity, pertanto davanti a un loro interesse sono impazienti, vogliono risposte e informazioni immediate, sono esigenti, impulsivi ma leali, e soprattutto guardano le recensioni dando molto valore e importanza alla reputazione.

Quali sono le strategie che si devono mettere in atto per loro? Considerato che facebook è considerato come una fonte d'informazione e ispirazione primaria, può essere conveniente introdurre un motore di booking nella pagina facebook della destinazione, o anche incentivando la sua fedeltà e il suo ego a che prenoti direttamente attraverso i canali social.

LA RICERCA DELL'INFORMAZIONE
RIGUARDO DESTINAZIONI
E SERVIZI OGGI SI FA
FONDAMENTALMENTE ONLINE.
CAPIRE QUALI SONO I TURISTI
CHE ABBIAMO GIÀ, MA
SOPRATTUTTO QUELLI CHE
AVREMO IN UN DOMANI
È IMPORTANTE, COSÌ COME
CAPIRE I LORO COMPORTAMENTI
E LE LORO ASPETTATIVE.



I SINGLE

I single sono un segmento di mercato molto ampio. Non sono da intendere come un gruppo di età giovanile, se non che i single possono essere delle persone senza figli, che viaggiano e fanno vacanza in coppia. Spesso sono infatti adulti che stanno assieme ma senza cariche familiari. Nel loro caso lo stile di vita è fondato sulla comodità e sullo star bene, e per questo dedicano parte del loro budget a sé stessi.

Ovviamente un gruppo importante di questa tipologia di turisti è composto da millennials, ma si tratta della generazione X, ovvero quelli che, approssimativamente, sono nati tra il 1965 e il 1984. Fa seguito alla generazione del baby boom. Hanno la reputazione stereotipata di apatici, cinici, senza valori o affetti.

Si caratterizzano a ogni modo per la ricerca di esperienze, e spesso viaggiano in gruppi di amici. Frequentemente si tratta dei cosiddetti LATS (Living apart together); cercano qualità, sono autentici e creativi.

Per catturare la loro attenzione e soprattutto per far sì che decidano per la destinazione e le sue proposte, è conveniente far vedere tutto quanto possibile (nel sito web); non si deve dimenticare infatti che sono visuali e guardano video e immagini). Il single è una tipologia di turista molto attiva nei social media e dedicano molto tempo a guardare profili e a relazionarsi con persone simili attraverso le reti sociali e i canali di messaggiera. Risulta quindi conveniente proporre esperienze turistiche attraverso i canali social.



I SOLITARI

L'attuale società ha fatto sì che ci fosse un numeroso gruppo di persone che viaggia da soli. Non sono soltanto i single, ma anche divorziati, vedovi, ecc. oltre a giovani millennials. Proprio per la loro situazione personale, sono alla ricerca di contatto umano, vogliono conoscere delle persone e cercano esperienze che facciano provare nuove sensazioni e conoscere nuove culture.

Il loro comportamento turistico di consumo è caratterizzato dal fatto che cercano contatto e conoscenza, a seguito dei loro molteplici e di un livello culturale elevato. Sono sociali e alla ricerca.

Il marketing da applicare per loro è fondamentalmente visuale. Sono quindi da utilizzare molte immagini per attirare l'attenzione, ma per quanto riguarda il prodotto è importante offrire flessibilità.



GLI IPERATTIVI

Gli iperattivi sono una tipologia di millenials, ma anche della generazione X, sempre in movimento, inquieti e occupati; il non fare nulla li stressa e li fa stare male. Spesso sono turisti di età media che vogliono semplicemente sentirsi giovani. Sono esigenti e per loro essere sempre attivi è uno stile di vita, per questo spesso fanno sport e sono perennemente a dieta.

Il turista di questa tipologia vuole scegliere quello che più gli piace, e per questo desidera una buona varietà di proposte, che non disattenda mai la sua aspettativa sempre elevata. Sono inoltre digitali e sempre connessi. La strategia di marketing è quella di considerare il sito internet come sua fonte d'informazione e azione: l'esperienza di acquisto deve essere facile e completa. In conseguenza, il sito web deve avere numerose proposte e deve averne anche di complementari (spa, massaggi...). Non dimentichiamo che per loro la prima impressione è fondamentale.

SE NEL COMPLESSO
DELL'OFFERTA DI UNA
DESTINAZIONE IL 20%
DEI TURISTI ARRIVANO
ATTRAVERSO LE **OTA**
(ONLINE TRAVEL AGENCY)
SIAMO ANCORA IN UN
RISULTATO POSITIVO.
IL LIMITE ACCETTABILE
SI COLLOCA
FRA IL 30 E IL 35%.
FINO AL 50%
IL DATO È DA
CONSIDERARSI
NON SODDISFACENTE.
SUPERARE IL 50%
È PERICOLOSO.



BIOGRAFIE ETICHE DI DIRETTORI D'ALBERGO

di RENATO ANDREOLETTI, **Socio Hospes**



1/Frank Camilleri
*General Manager Worldhotel
 Cristoforo Colombo, Milano*

da Malta con amore

Mi chiamo Frank Camilleri, sono nato a Malta il 13 febbraio del 1961 sotto il segno dell'Aquario, sono arrivato a Milano per lavoro nel 1992 quando assieme a Dennis Zambon e Andrea Scianna inaugurammo il Forte Crest di San Donato Milanese, un albergo con 436 camere e spazi congressuali per 350 persone. Dovevo fermarmi sei mesi. Vi ho cresciuto i miei due figli e continuo a viverci. A Malta fin dalle scuole elementari si imparano quattro lingue: inglese e maltese come lingue madri, italiano e francese come lingue aggiunte. L'italiano è facile da imparare anche perché si fa molto esercizio con la televisione, che riceve perfettamente i canali nazionali e privati dell'Italia (la Sicilia meridionale dista soli 90 chilometri). Malta è al centro del Mare Mediterraneo occidentale esattamente come la Sicilia: gli scambi culturali, sociali, politici risalgono ai tempi più antichi (fu un avamposto fenicio 3000 anni fa) e sono proseguiti fino al Rinascimento quando Malta divenne una roccaforte dei Cavalieri di Malta, che vi si erano insediati nel 1530, contro gli attacchi dei turchi ottomani. Il più celebre è quello del 1565. In aiuto dei cavalieri di Malta giunsero prima i cadetti delle più nobili famiglie d'Europa, poi un esercito cristiano. Fu la prima grande sconfitta degli ottomani nel cuore del Mar Mediterraneo, che anticipò quella di Lepanto di sei anni dopo. Nel 1607 vi arrivò anche il Caravaggio in fuga dalla condanna a morte in contumacia emessa a Roma. Vi dipinse alcune delle sue opere maggiori. Fuggì da Malta sul finire dell'anno successivo, sempre a causa del suo pessimo carattere. Aveva meno di due anni da vivere. All'università mi iscrissi a medicina. Nell'isola erano anni turbolenti dal punto di vista politico. Ero in prima fila nella contestazione studentesca al governo quando primo ministro era Dom Mintoff. Benché fossi tra i più bravi, mi bocciavano regolarmente agli esami. Capii che avrei dovuto lasciare l'isola. I miei genitori non avevano i mezzi economici per farmi proseguire gli studi in Inghilterra. Caso volle che incontrassi un amico che lavorava in Inghilterra e mi parlò della scuola alberghiera. Nel settembre del 1982 mi trasferii in Inghilterra a Guildford dove frequentai il corso biennale dell'Università del Surrey prendendo il diploma di B Tec HND, quindi mi iscrissi all'Università di Portsmouth dove nel giugno del 1986 acquisii il Degree in Hotel Management. La Trusthouse Forte (la compagnia inglese fondata da sir Charles Forte) mi permise di completare la mia formazione frequentando il corso interno di Management Training

Skill, una sorta di stage della durata di un anno dove ogni tre mesi ti inviavano in una diversa struttura alberghiera per approfondire la conoscenza dei vari reparti. Venni assunto come Front Manager nel Crest Hotel di Heathrow, un albergo aeroportuale con 400 camere. Non c'era ancora il sistema informatico di gestione delle prenotazioni e degli arrivi, il turn over del personale era enorme. Molti irlandesi si facevano assumere in albergo (l'alloggio era compreso nel contratto di lavoro) per potersi avvicinare a Londra. Dopo poche settimane trovavano un altro lavoro in città e si dimettevano.

Una volta mi chiamano al telefono dall'Air India. Stanno per arrivare 300 persone tutte assieme. Era domenica ed ero solo al banco del ricevimento. Ricordo che mi misi in piedi sul bancone e divisi letteralmente coloro che avevano camera singole, che dovevano mettersi alla mia destra, da coloro che avevano camera doppie, che dovevano mettersi sul lato opposto. Dovevo sembrare un matto, in piedi sul bancone a gesticolare e distribuire le chiavi delle camere. In quel momento vidi arrivare

in albergo uno dei big boss della Trusthouse Forte.

Mi aspettavo di essere licenziato il giorno dopo. Sono stato promosso. In Trusthouse Forte il merito è sempre stato riconosciuto. La mia idea professionale era quella di diventare direttore. A Londra ci fu una grossa crisi a causa del crollo dei flussi americani. In azienda decisero di tagliare i costi licenziando il settore vendite affidando quel compito a receptionist come me. Lavoravo al Regent Park. Mi accorsi che Trusthouse Forte aveva una serie di convenzioni con importanti multinazionali di cui le filiali locali erano del tutto all'oscuro. Assunsi una dozzina di studenti e feci telefonare ai singoli direttori delle filiali locali informandoli di queste convenzioni. Riempimmo l'albergo. In azienda mi indirizzarono con decisione verso il settore commerciale. Ho lavorato con la Trusthouse Forte dal 1986



fino al 1995. All'inizio degli anni Novanta la Trusthouse Forte venne in Italia acquistando e ristrutturando un albergo di prestigio come il Palazzo della Fonte a Fiuggi (ne ho curato l'apertura assieme a Lorenzo Giannuzzi, che lo dirigeva) e poi acquisendo la proprietà di parte degli Agip Hotels della Semi Gran Turismo che diventarono gli Agip Forte Hotels. Gli Agip erano stati ideati da Enrico Mattei quando era presidente dell'Eni e aveva importato in Italia il concetto dei motel inn assai diffuso negli Stati Uniti. A San Donato Milanese, alle porte meridionali di Milano,

a fianco degli uffici della Snam Progetti era stato realizzato anche un piccolo Motel Agip. La Trusthouse Forte lo trasformò in un enorme albergo d'affari e congressuale di categoria 4 stelle, il Forte Crest. Per la start up, vi mandò una sorta di commando: Dennis Zambon, che proveniva da Costa Smeralda e Ciga, come General Manager, Andrea Scianna come (Resident Manager) e io come responsabile commerciale. Io e Andrea provenivamo direttamente da Trusthouse Forte.

Facemmo squadra in tutti i sensi. Alle sette del mattino

correvamo insieme, poi il caffè e quindi il lavoro fino a notte fonda. Eravamo tre quarantenni senza famiglia impegnati nell'avventura professionale della nostra vita: far diventare il Forte Crest di San Donato Milanese uno degli alberghi più redditizi e meglio posizionati di Milano. Ci siamo riusciti. Dennis era l'uomo delle grandi visioni e delle pubbliche relazioni, Andrea era l'uomo pratico che trasformava le visioni in progetti, io davo una veste commerciale al tutto. Ricordo che dalla mia camera, posta in uno dei piani più alti dell'albergo, consideravo l'area dedicata al parcheggio esterno considerandola un grande spreco di spazio.

Un funzionario della Comit (la banca commerciale milanese) mi chiamò perché organizzassimo una cena per 1500 persone. I nostri spazi interni non ne potevano

ospitare più di 350. Presi tempo. Andai da Zambon e gli proposi di far installare una tenda da circo nel piazzale. Lo proposi alla Comit. Sembrava che la cosa fosse finita lì. Dopo un paio di settimane mi richiamarono. Erano interessati. Fu così che nacque la tensostruttura da 1500 posti che ancora funziona più che egregiamente in quello che successivamente è diventato il Crowne Plaza Milan City. È stata una delle mille idee che abbiamo avuto il coraggio di pensare, creare, proporre, vendere. Per lo staff fu una sfida notevole: come si fa a gestire una cena per 1500 persone? Sangue freddo, 40 maître, una logistica minuziosa. Così si risolvono i problemi, qualsiasi problema. Lo stesso accadde quando il Gruppo Eni voleva servire 5000 persone nel vicino parco Snam.

Siamo partiti da una foto aerea del parco, l'abbiamo copiata su un lucido (allora non c'era Internet), abbiamo disegnato con un pennarello i percorsi che avremmo fatto fare alla folla degli invitati e le isole dove avrebbero trovato gli aperitivi, gli antipasti, i primi, i secondi, i dessert, il caffè, l'uscita verso il parcheggio. L'evento riuscì alla perfezione. Il Forte Crest di San Donato diventò una sorta di case history per i giornalisti del settore.

Renato Andreoletti, direttore di Hotel Domani, dimostrò che l'albergo era diventato il terzo albergo di Milano dal punto di vista dei fatturati benché continuasse a essere un albergo dell'immediato hinterland. Chiudemmo il cerchio quando acquisimmo la gestione di Sala Sironi, nel cuore della città, in piazza Cavour. Sala Sironi era il luogo privilegiato per piccoli eventi di grande prestigio, fino a 80 persone, il Forte Crest lo era per tutto il resto.

Nel frattempo ero diventato il primo Revenue Manager per il gruppo in Italia. Nel 1995 lasciai Trusthouse Forte per diventare General Manager di Utell Int. per l'area Italia, Grecia, Turchia, Cipro e Malta. Utell by Pegasus era la società di rappresentanza più famosa al mondo con più di 400.000 hotel tra i suoi clienti. Pegasus era uno dei colossi del settore GDS. Loro cercavo un esperto di alberghi, io volevo approfondire la cultura dei GDS. I GDS (Global Distribution Systems) hanno anticipato Internet di un trentennio. Erano reti private planetarie di trasmissione dei dati informatici sviluppati dalle principali compagnie aeree del mondo per facilitare le prenotazioni, ma soprattutto per prevenire l'overbooking (nessun aereo può partire con più passeggeri a bordo di quanti ne possa ospitare seduti e con le cinture di sicurezza allacciate).

Le compagnie aeree nel corso degli anni Ottanta avevano

IL DIRETTORE
D'ALBERGO DEVE
INNANZITUTTO ESSERE
UN MOTIVATORE.
È LA SQUADRA CHE
VINCE I CAMPIONATI.
TU NE SEI L'ALLENATORE,
IL REGISTA. DEVI ESSERE
UN TEAM LEADER.
LA NOSTRA È UNA
PROFESSIONE IN
PROGRESS, SEMPRE,
CON UNA PRECISA
COSTANTE:
LA SODDISFAZIONE
DELL'OSPITE.

esteso la loro capacità informatica di poter prenotare in tempo reale alle agenzie di viaggio e agli alberghi. Da qui la dimensione e l'importanza crescente dei GDS. Era un settore che mi incuriosiva. Volli approfondirne la conoscenza. Lavorai con Utell dal giugno del 1995 al novembre del 1996. A Malta mi offrirono la direzione di un prestigioso albergo di lusso, il San Gorg Corinthia Hotel. L'albergo era stato aperto l'anno precedente, ma non aveva più budget per la promozione. Era vuoto. Mi misi d'accordo con i fornitori: se investite sull'albergo, lavorate anche voi. Grazie al loro contributo organizzai un evento (l'apertura del lido del San Gorg Corinthia) con più di 1000 ospiti, tutti operatori internazionali del mondo del turismo. Pioveva: ricostruimmo il lido nella hall. Bloccammo Malta.

Facemmo il budget dell'albergo. Ne sono stato il General Manager per soli cinque mesi, da gennaio a giugno, nel 1997. Il problema era la mia famiglia. Una cosa era andare a Malta in vacanza, un'altra viverci. Avevamo messo le radici a Milano. C'era la scuola internazionale francese

che frequentavano i nostri due figli. A Malta non c'era. Mia moglie Pascale, anglo-francese, era scontenta. Lasciai l'albergo a malincuore. Fu Paolo Guarnieri a riportarmi a Milano. Guarnieri era capo area degli alberghi Starwood a Milano. Nel divenni il direttore commerciale. Gli alberghi Starwood di Milano erano il Principe di Savoia, l'attiguo Duca di Milano, il Palace sul lato opposto di piazza della Repubblica, il Diana Majestic vicino a Piazza Venezia. Paolo Guarnieri è stato un altro di quei personaggi che sono stati anche maestri di vita oltre che di lavoro. Veniva dalla grande scuola Ciga, soprattutto la Ciga dei tempi di Bagnasco. Sono rimasto in Starwood dal settembre del 1997 all'agosto del 1999. Si rifecero vivi gli amici della Forte, che nel frattempo erano stati scalati in Borsa in Gran Bretagna dalla Grenada e poi acquisiti da Westmont Hospitality che voleva portare in Italia il brand Holiday Inn. Vi ho lavorato dal settembre del 1999 all'ottobre del 2004. Ho seguito tra l'altro la conversione di 20 hotel nei brand Holiday Inn e Crowne Plaza. Nel novembre del 2004 divento Direttore Commerciale di Starhotels,



la più importante catena alberghiera italiana con base a Firenze, che fa capo alla famiglia Fabri. Ne era diventata General Manager la figlia del fondatore, Elisabetta. Vi sono rimasto fino all'aprile del 2007. È l'unica compagnia italiana proprietaria anche degli immobili alberghieri che gestisce. Elisabetta aveva dato l'avvio a una profonda ristrutturazione progressiva degli alberghi della compagnia. Starhotels è una compagnia alberghiera profondamente focalizzata sulla qualità del prodotto offerto. Un esempio per tutti: prima di acquistare un lenzuolo, lo fanno lavare 100 volte per testarne qualità e durata. Gli standard di prodotto sono molto elevati. Ho vissuto il riposizionamento di alberghi eccezionali come lo Starhotel Tuscany a Firenze, lo Starhotel Rosa Grand in una traversa della centralissima

via Vittorio Emanuele a Milano e la ristrutturazione radicale dello Starhotel E.c.ho. di fronte alla Stazione centrale di Milano. Elisabetta Fabri ha dimostrato una grande visione rispetto al futuro. Dal maggio 2007 al dicembre 2011 ho seguito due altre realtà, gli Oro Hotels e i Domina Hotels, il primo come Managing

Director, il secondo come Vice President Sales & Marketing Worldwide. In Domina Hotels avevo ritrovato Massimo Galli, con il quale avevo lavorato in Starhotels. Sono state esperienze piuttosto complesse. Dal gennaio del 2012 al dicembre del 2015 ho scelto di diventare Lecturer all'European School of Economics e anche al Domus Academy di Milano. La formazione, l'insegnamento, mi hanno sempre interessato. Non poteva essere però un'attività a tempo pieno. Amo troppo l'operatività. Sono diventato consulente delle famiglie alberghiere che hanno il problema del passaggio di testimone tra una generazione e l'altra. Il fondatore si rende conto che deve passare la mano, ma teme il passaggio, la nuova generazione ha idee nuove ma fa fatica a convincere chi l'ha preceduta. In Italia è un problema assai importante perché il sistema alberghiero, da Bolzano fino a Trapani, si basa proprio sulle famiglie di albergatori. Sono stato consulente della famiglia Bertolio che a Milano è proprietaria del Doria Grand Hotel e a Spotorno dell'Hotel Royal. Successivamente, ho incontrato Antonio



DEVI TENERE CONTO
DELLA RIVOLUZIONE
CHE C'È STATA CON
INTERNET E I SOCIAL.
IO RISPONDO A TUTTE
LE RECENSIONI.
MI SONO RESO CONTO
CHE LA MAGGIORANZA
DEI CLIENTI LE LEGGE.
SAPER GESTIRE LA
BRAND REPUTATION
FA PARTE DEL SEGRETO
DEL SUCCESSO DI UN
ALBERGO.

Viscardi. Nel settembre del 2013 sono diventato Direttore commerciale dei Viscardi Hotels di Milano in una fase di passaggio di consegne dalla prima generazione, quella del fondatore della compagnia, Antonio, ai suoi due figli, che oggi gestiscono il gruppo alberghiero che a Milano vanta i due alberghi storici della famiglia, il Best Western Hotel Casati, nell'omonima via in una traversa di Corso Buenos Ayres, e l'Hotel Cristoforo Colombo, in corso Buenos Aires, a pochi metri da Porta Venezia, diventato Worldhotel, il Crowne Plaza Milano in via Melchiorre Gioia e l'ultimo nato, l'Hotel Viu Milan in via Fioravanti, in Porta Volta. Dal dicembre del 2014 sono diventato anche General Manager del Worldhotel Cristoforo Colombo.

Il Worldhotel Cristoforo Colombo si è ritagliato una nicchia di mercato assai significativa: quella delle donne. È diventato l'albergo di riferimento delle signore single che vengono a Milano, da sole, per affari o per leisure. Coprono ben il 40 per cento della nostra clientela. Trovano una location ideale, con la fermata della metropolitana davanti all'albergo, un albergo particolarmente curato per l'igiene, che le accoglie con una rosa alla reception, dove in camera trovano la linea cortesia Roberto Cavalli, assai apprezzata, dove nel ristorante trovano piatti vegani e vegetariani e tavoli riservati ai single, dove nella prima colazione trovano prodotti specifici per le signore come gli yogurt dietetici, quelli da bere. La SPA è gratuita, nelle camere trovano gli smart Tv di ultima generazione. Il direttore d'albergo, nella mia visione e per la mia esperienza, deve innanzitutto essere un motivatore. È la squadra che vince i campionati. Tu ne sei l'allenatore, il regista. Devi essere un team leader.

Devi essere molto bravo inoltre sul versante commerciale tenendo conto della rivoluzione che c'è stata con Internet, le Olta, i social, le recensioni. È il brand reputation ciò che determina il successo o l'insuccesso di un albergo. Saperla gestire fa parte del segreto del successo di un direttore. Rispondo a tutte le recensioni. Mi sono reso conto che la stragrande maggioranza dei clienti le legge, ovunque si trovino, da qualunque posto arrivino. La nostra è una professione in progress, sempre, con una precisa costante: la soddisfazione dell'ospite. L'albergo di successo deve saper creare esperienze positive e ciò lo fai solo se impari a conoscere il tuo cliente e impari nello stesso tempo a farti selezionare dai clienti ideali per la tua location, per la tua offerta. Non devi subire il prezzo, devi saperlo imporre.



2/Claudio Ceccherelli

General Manager Park Hyatt Paris, Vedôme

l'Empatia al potere

L'ALBERGO PIÙ BELLO
DEL MONDO NON È
TALE SE NON HA ANCHE
UN CUORE CALDO E
GENEROSO RAPPRESENTATO
DALL'ECCELLENZA DELLE
PERSONE CHE VI LAVORANO.

Claudio Ceccherelli, fiorentino, classe 1957, è stato il General Manager di Park Hyatt Milano dalla sua apertura, nel 2003. Ora è il General Manager del Park Hyatt Paris. Ho iniziato frequentando la Scuola alberghiera Aurelio Saffi di Firenze. Era una scuola di prestigio che aveva formato personaggi come Giuliano Corsi, Paolo Biscioni, Roberto Bucciarelli, tutti diventati grandi direttori d'albergo. Più motivi mi hanno avvicinato al mondo alberghiero: la voglia di viaggiare e la facilità di apprendere le lingue. Inoltre, in famiglia ho avuto due zii frati missionari che hanno viaggiato, anche in Cina. Uno di questi, ancora in vita, parla ben sette lingue. A Firenze ho frequentato una scuola media sperimentale dove ci insegnavano due lingue straniere. Preferivo queste materie alla matematica, per esempio. Lingue e viaggi, queste le mie preferenze fin dall'età più giovane.

Durante la Scuola alberghiera l'estate lavoravo in albergo. Nel 1972 ho fatto il cameriere all'Isola d'Elba. Ero fisicamente minuto, caratterialmente timido. In tre mesi mi sono trasformato. Il mondo del lavoro mi ha fatto maturare con grande rapidità. Mi sono reso conto che questo lavoro mi piaceva e che ero portato verso l'ospitalità, i suoi principi. Sono principi all'apparenza banali eppure così difficili da trasmettere e da interpretare in maniera spontanea. Questo è uno dei criteri che ho imparato.

Quando assumi, seleziona per mentalità prima che per competenze. L'attitudine personale è più importante delle conoscenze pratiche. Bisogna avere dentro di sé il piacere di sorridere al proprio prossimo.

In quella stagione ho compreso quali fossero i principi dell'ospitalità e soprattutto che questi principi facevano parte delle mie attitudini, della mia empatia verso le persone con le quali entravo in contatto, per motivi professionali come fuori del lavoro.

La stagione successiva sono stato aiuto portiere all'Anglo American Hotel di Firenze, un altro degli alberghi storici della città. La terza stagione sono andato sulla riviera romagnola. Era il 1974. Ci sono andato fino al 1980 anche quando, dopo il diploma della Scuola alberghiera, mi trasferii a Milano al Principe di Savoia dove nel 1976 fui assunto da Mario Miconi. L'estate gli alberghi di Milano lavoravano poco. Chiedevo tre mesi di licenza e andavo a lavorare sulla riviera romagnola, a Cervia, in un albergo stagionale dove ero diventato di fatto il direttore. L'albergo si chiamava Beau Rivage.

Il romagnolo ha insiti i principi dell'ospitalità. È stata una

grande scuola per me e non solo per me. Già in quegli anni il Mare Adriatico presentava il fenomeno delle alghe rosse. Gli albergatori corsero ai ripari creando ex novo le piscine negli alberghi, magari abbattendo il garage per sostituirlo con la piscina. Con 30.000 lire per la pensione completa, gli albergatori si ingegnavano a offrire il minibar e la televisione in camera, offrivano il buffet breakfast per la prima colazione quando a Milano ancora si attardavano con le fette biscottate impacchettate e le brioches incellofanate. Ho imparato i principi dell'economato. Con tariffe così compresse, dovevi davvero ottimizzare il concetto di costo/qualità per avere un cliente soddisfatto e nello stesso tempo riuscire ad avere i margini di guadagno indispensabili per la buona salute dell'azienda alberghiera. Ho imparato che cosa significa concretamente Food Cost e come riuscire a farlo coesistere con un'attenzione alla clientela che si manifestava anche nell'organizzare feste sulla spiaggia a mezzanotte accompagnate dalle penne all'arrabbiata. La riviera romagnola all'epoca era molto frequentata dai tedeschi. Il contrasto tra la clientela che frequentava l'albergo di Cervia e quella che frequentava il Principe di Savoia a Milano era oltremodo educativo perché ti insegnava a saper trattare e soddisfare ospiti di provenienza sociale e culturale assai diversa con un comune obiettivo: fidelizzarli grazie alla soddisfazione che avevi saputo creare.

Nel 1976 mi sono iscritto anche all'Università Bocconi a Milano. Quando sono diventato capo ricevimento al Principe di Savoia, ho dovuto lasciare i corsi universitari perché non avevo materialmente il tempo per frequentare. Ho scelto allora di tornare a Firenze, dove mi sono iscritto a quella università, per insegnare nella Scuola alberghiera dove mi ero diplomato. Avevo 23 anni e dovevo insegnare ai ragazzi degli ultimi due corsi, la quarta e la quinta. Dovevo parlare di ristorazione, tecnologia, computer. Tramite amici ho fatto incetta di tutte le dispense della Scuola alberghiera di Losanna, in Svizzera, e della Cornell University di Ithaca, negli Stati Uniti. I due mesi precedenti l'inizio dei corsi li ho trascorsi a tradurre tutto questo materiale. Ho preparato le mie dispense visto che all'epoca non ce n'erano in lingua italiana. È stata una sorta di corso

universitario in full immersion. Ho insegnato per quattro anni.

Nel 1985 il conte Bocca, il padre dell'attuale presidente di Federalberghi, mi propose di andare al Bernini Bristol di Roma come vicedirettore. Direttore Generale era Carnevale. Quando Giuliano Corsi, all'epoca al Principe di Savoia di Milano, seppe che ero tornato a lavorare in albergo, mi propose ad Antonello Passera, il fratello di Corrado Passera, l'attuale Amministratore Delegato del gruppo bancario Intesa Sanpaolo. Antonello era Direttore dell'Hotel Cavalieri di Pisa, del Gruppo Ciga. Dopo un anno e mezzo trascorso a Pisa, mi fu proposto di ricoprire il ruolo di Room Division al Danieli di Venezia, anch'esso del Gruppo Ciga, con direttore Gianfranco Bigi. Vi rimasi dal 1987 al 1992. Bigi si trasferì a Roma all'Hotel Excelsior (sempre Gruppo Ciga). Mi offrì il ruolo di Resident Manager. Come arrivai a Roma, dopo qualche mese, Bigi va a dirigere il Gritti di Venezia, sempre

nell'ambito del Gruppo Ciga. Rimasi a Roma per due anni avendo come direttore Mario Miconi, che era rientrato nella capitale da Milano. A Roma ho imparato a trattare con i sindacati. In particolare riuscii a ridimensionare l'importanza dei gruppi per l'Hotel Excelsior. È stata una battaglia di cui vado fiero perché consentì

di migliorare nettamente le performance economiche dell'albergo.

Bigi lascia Venezia e si trasferisce a Montecarlo per dirigere il De Paris della SBM (Société des Bains de Mer) che faceva capo al principe Ranieri. Il De Paris era il gioiello della corona della SBM. Bigi mi chiama e mi offre la posizione di Direttore Aggiunto. Dal 1994 al 1997 lavoro a Montecarlo. L'esperienza di Montecarlo mi ha aiutato ulteriormente ad affinare il concetto di servizio. Lo stesso è accaduto nel settore della ristorazione che ricopriva un ruolo di massima importanza a Montecarlo.

Alain Ducasse portò il ristorante di punta dell'albergo, il Louis XV, alla conquista delle tre stelle Michelin. Va detto a suo onore che è stato il primo in Francia a portare in tavola l'olio d'oliva ligure e i vini da dessert italiani. È stato il primo a rifornirsi di calamaretti spillo dai pescatori di Ventimiglia.





Nel 1997 arrivo al Grand Hotel Villa d'Este di Cernobbio, sulle rive del Lago di Como, come Direttore Generale. Amministratore Delegato era ed è ancora Jean Marc Droulers. Il Grand Hotel Villa d'Este era una grande signora un poco appassita. Mi sono dovuto confrontare con una storia assai importante, iniziata nel 1873, con una clientela di eccellenza, ma anche con la necessità di apportare novità e innovazioni in una realtà che si era un poco irrigidita nel corso del tempo. Non è facile innovare dove le tradizioni sembrano essere diventate una sorta di verità assoluta. L'albergo dispone di una grande terrazza che divide il ristorante dal lago. Erano 10 giorni che dirigevo l'albergo e proposi di estendere il ristorante anche sulla terrazza installando una grande tenda ombreggiante. Secondo i capiservizio i clienti volevano mangiare assolutamente in sala protetti dall'aria condizionata. Bene, risposi. Proviamo a offrire anche l'alternativa della terrazza all'aria aperta. Seconda obiezione: ci si sporca le scarpe con la ghiaia della terrazza, portandola all'interno della sala ristorante. Bene, risposi. Chi esegue il servizio sulla terrazza non entra in sala. Rimane sulla terrazza. Terza obiezione: sulla terrazza i clienti saranno in pochi e si sentiranno isolati. Bene, risposi. Chi vuole l'eleganza e il comfort della sala, ci resterà.



Chi vuol mangiare a due metri dal lago perché non deve poterlo fare? Il servizio di ristorante sulla terrazza esterna è stato un grandissimo successo.

Non bisogna esagerare con i cambiamenti, si tratta di focalizzarsi su quelli più importanti e strategici.

Un altro cambiamento che ho introdotto è stato l'approccio alla clientela. Troppo facile essere sempre disponibili e attenti con i clienti di prestigio o abituali. Tutti i clienti di Villa d'Este sono importanti e devono sentirsi tali, compreso il turista giapponese di passaggio. Non mi piace l'atteggiamento del personale che discrimina tra cliente e cliente. Tutti i clienti sono importanti. Questo è uno dei principi base della cultura dell'ospitalità.

Un'altra novità importante che abbiamo introdotto durante la mia direzione dell'albergo riguarda il Centro benessere. A Montecarlo sono stato il responsabile dell'apertura e della gestione della Spa della città, Les Thermes Marins de Montecarlo che è gestita assieme

all'Hotel de Paris, cui è collegata con un tunnel. Ho applicato lo stesso principio anche al Grand Hotel Villa d'Este con il corridoio sotterraneo rivestito di mosaico che collega l'albergo con la piscina e con la creazione della Spa vera e propria. Fu decisa la costruzione nello spazio destinato alla costruzione di nuove camere. Posi la questione: nel nostro futuro che cos'è più strategico, avere altre camere interne e quindi non particolarmente belle o disporre di servizi a elevato valore aggiunto come la Spa? Droulers mi dette ragione. Ho diretto il Grand Hotel Villa d'Este per cinque anni. È stata un'esperienza bellissima soprattutto perché abbiamo creato un team di lavoro costituito da personaggi che condividevano gli stessi valori. Il ruolo della squadra è essenziale, almeno nella mia esperienza professionale. È essenziale che il cliente si senta accolto e ospitato nella stessa maniera da tutto il personale dell'albergo. Ciò avviene solo se al centro dello staff dei collaboratori c'è una squadra dirigente omogenea

nella volontà e nei valori che condivide e intende trasmettere nel lavoro di tutti i giorni, di tutti i collaboratori. Solo così si riesce a creare l'effetto casa, il concetto che più è gradito dalla clientela. Non è facile mantenere un elevato standard di servizio se non viene fatto proprio da ogni singolo collaboratore soprattutto

nei momenti di crisi quando devi essere problem solving di fronte a una richiesta della clientela che esce dai canoni o di fronte a un imprevisto. La capacità di saper gestire le richieste senza tradire imbarazzi, insofferenze, indifferenza non è facile. Nasce da un training continuo e da una capacità non meno continua di essere di esempio per coloro che lavorano al tuo fianco. Una cosa fondamentale quando selezioni un nuovo collaboratore è quella di arrivare alla convinzione profonda di avere di fronte la persona giusta per la posizione offerta. Devi andare oltre la prima impressione, devi incrociare le tue impressioni con quelle dei collaboratori più fidati. Il risultato è che devi riuscire a creare quel nucleo duro dello staff – sette, otto persone – che condividono fino in fondo la tua visione della cultura dell'ospitalità e si impegnano nello stesso modo nel quale ti impegni tu a trasmetterla e a farla rispettare da tutti coloro che lavorano nell'albergo che dirigi. Solo così hai la certezza di garantire la soddisfazione

finale del cliente.

Nel 2002 sono stato contattato da un cacciatore di teste (Head Hunter) che cercava un General Manager per un albergo internazionale di lusso che doveva essere aperto nel centro di Milano.

Non è stato facile lasciare il Grand Hotel Villa d'Este. Disponevo di una squadra di collaboratori di assoluta eccellenza. Francesca Tozzi, la mia assistente, dirige ora l'Hotel Pellicano. Giampaolo Ottazzi dirige l'Hotel Cipriani di Venezia. Primo portiere era Giorgio Chiesa, presidente dell'associazione dei portieri delle Chiavi d'Oro. C'era Angelo Rizzi, oggi vicedirettore del Principe di Savoia. La nostra Guest Relation, Anna Montanaro, mi ha seguito nell'avventura del Park Hyatt fin dalla sua inaugurazione e adesso ricopre la posizione di Marketing Communication Manager. Era una squadra profondamente coesa.

Mi intrigava però la sfida professionale e umana di aprire un nuovo albergo internazionale a Milano con le caratteristiche uniche e originali

del Park Hyatt a fianco della Galleria Vittorio Emanuele a pochi passi da Piazza Duomo. Più che a Villa d'Este, qui ho potuto impostare fin dal primo giorno una qualità del servizio assolutamente coerente con i valori dell'ospitalità di cui sono fermamente convinto.

La compagnia Hyatt, fondata da Jay Pritzker nel 1957, nello staff dirigente ha molti tedeschi, inglesi, francesi. Non c'era un GM di lingua italiana. Hyatt è stata antesignana nell'hotellerie di lusso di design. L'esclusività è il parametro di base degli alberghi Hyatt nel mondo. Esclusività e rispetto del Genius Loci del luogo in cui l'albergo viene aperto. Abbiamo sviluppato un concept del lusso in armonia con le aspettative della nostra clientela cui offriamo un habitat da casa altoborghese con camere e suites lineari dove sono i particolari a sottolineare la qualità esclusiva del comfort offerto dagli interni progettati da Ed Tuttle. Hyatt è la compagnia alberghiera mondiale che più si è impegnata nel realizzare alberghi contemporanei riconoscibili non solo per la qualità del servizio che li contraddistingue ma profondamente radicati nel loro territorio a partire dalla lingua madre di chi li dirige. Credo che la Lobby del Park Hyatt di Milano sia una delle più belle e originali del mondo. Il grande lucernario in vetro e acciaio, la Cupola, consente di ammirare lo



stile neoclassico del cortile interno dell'edificio di fine Ottocento che è stato trasformato in albergo. La Cupola, supportata da otto colonne circolari, si confronta con lo stile e l'eleganza contemporanea del tradizionale marmo di travertino che connota la Lobby dell'albergo. La lobby è stata arricchita ulteriormente dalla presenza della "Testa di Medusa", preziosa scultura di Lucio Fontana. Sotto i raggi di luce naturale e i pannelli di alabastro retro-illuminati che la circondano, la Cupola è il luogo dove gli ospiti possono godersi la colazione, un pranzo informale, un tè al pomeriggio o prendere una coppa di champagne in un ambiente sofisticato ma allo stesso tempo confortevole e di stile. Le nostre camere hanno un lay out assolutamente originale con vestiario, minibar e cassaforte nella sala da bagno al fine di esaltare la pulizia formale della camera e dell'area soggiorno. Le camere sono spaziose, partono da 38 metri quadrati per arrivare ai 160 metri quadrati delle suites. Le camere offrono un'elegante area con divano

e un'ampia scrivania di marmo travertino con accesso a Internet ad alta velocità via cavo e wireless. I decori di stile sono risaltati dallo stucco veneziano spatolato a mano, una lussuosa moquette, e una sala da bagno rivestita interamente in marmo italiano con vasca e doccia ottagonale separata di notevole grandezza. Le

suite sono veri e propri appartamenti di eleganza raffinata quanto esclusiva.

Il Ristorante The Park propone una cucina moderna per una Milano cosmopolita. L'Executive Chef italiano, Filippo Gozzoli, miscela la cucina moderna italiana con sapori ispirati al Mediterraneo. Sia i bicchieri che la posateria e le ceramiche di Limoges sono state disegnate esclusivamente per il Ristorante The Park. La Spa dell'albergo, al piano meno uno, offre un ambiente non meno esclusivo votato al relax dei nostri ospiti con palestra, zone umide, sale per massaggi e trattamenti estetici. L'hardware dell'albergo è davvero il meglio che un General Manager possa sognare di dirigere eppure per me ciò che veramente deve contraddistinguere l'albergo è e resta sempre la qualità del servizio e l'empatia che il personale deve saper suscitare con gli ospiti. L'albergo più bello del mondo non è tale se non ha anche un cuore caldo e generoso rappresentato dall'eccellenza delle persone che vi lavorano.



3/Stefano Chiesa

*General Manager Hotel Brufani
Palace, Perugia*

la Mitezza dell'uomo forte

Sono nato a Perugia il 4 giugno 1969. I miei genitori sono umbri, i miei nonni paterni invece sono arrivati in Umbria da Parma. A Parma avevano un caseificio. Morirono a Perugia sotto i bombardamenti aerei dell'ultima guerra mondiale. Morì anche una zia. Mio padre restò orfano all'età di 3 anni. Mia madre è assisana doc. Avevo 10 anni quando la mia famiglia si trasferì a Bastia Umbra, vicino ad Assisi, a una ventina di chilometri dal capoluogo.

Da adolescente nella mia vita c'era solo il gioco del calcio. Sono alto un metro e ottantasette. Giocavo come centrocampista o come difensore. Sognavo di andare a giocare in serie A. Lo studio mi pesava. Volevo terminare gli studi dopo la terza media. Avrei dato un grosso dispiacere ai miei. Desideravano che almeno mi diplomassi.

Così optai per quella che all'epoca era considerata la scuola più facile: l'istituto professionale alberghiero. Non è stato così. I miei insegnanti si rivelarono esigenti oltre che bravi. Mi iscrissi alla scuola alberghiera di Assisi, che all'epoca era una succursale della scuola alberghiera di Spoleto. Ad Assisi c'erano i primi tre anni di corso. C'erano due soli rami di specializzazione: cucina e sala.

Solo negli ultimi due anni di corso si potevano scegliere anche le specializzazioni in agenzia di viaggio o ricevimento. Il diploma di maturità lo si conseguiva di conseguenza solo a Spoleto. Ero affascinato dal lavoro in sala. Mia madre lavorava come cameriera in un ristorante/pizzeria e fin da piccolo, quando ancora abitavamo a Perugia, mi portava con lei d'estate dove mi divertivo a servire le bevande ai tavoli degli ospiti. Durante le scuole medie l'estate lavoravo in un ristorante nella piana sotto Assisi. Prendevo 5000 lire al giorno più un cornetto Algida alla fine del servizio del pranzo. Il proprietario mi trattava come un figlio: andavo anche in vacanza con la sua famiglia. Anche questo spiega perché scelsi la scuola alberghiera. Mi piaceva lavorare nei ristoranti.

Durante il primo anno di scuola alberghiera feci la mia prima stagione estiva all'Hotel Columbus di Roma in via Conciliazione, davanti alla Cupola di San Pietro. Uno dei due proprietari era assisano. Ero minorenne così gli assegni che mi davano li tenevo sotto il materasso della mia cameretta in attesa di farmeli cambiare dai miei genitori quando tornavo a casa. Nelle stagioni successive ho lavorato in ristoranti dell'Umbria. L'inverno frequentavo la

scuola, l'estate lavoravo come cameriere.

Il gioco del pallone era al centro dei miei interessi così mi accontentai di acquisire il solo diploma di qualifica dopo i primi tre anni di studi superiori. Giocavo con le giovanili del Perugia Calcio quando questi militava nella Serie A. Trovai lavoro come tappezziere presso un artigiano appassionato di calcio che mi permetteva di seguire con regolarità gli allenamenti. Ho fatto il tappezziere per un anno e mezzo finché non sono partito per assolvere la leva militare. Il servizio militare ai miei tempi rappresentava ancora una pietra miliare nella vita di un giovane. Fino al servizio militare non pensavi al futuro, dopo sì. Avevo 20 anni. Mi resi conto che nel calcio non sarei mai riuscito a sfondare. Forse sarei arrivato in serie C, non avevo abbastanza talento per arrivare in serie A. Decisi di prendere il diploma di maturità. Mi iscrissi a Spoleto presso la scuola alberghiera come privatista. Feci due anni in uno. Dovevi portare le materie del quarto e del quinto anno.

Era un esame tosto. Fui l'unico in quella sessione a superarlo. Di norma, i privatisti venivano bocciati e ammessi all'ultimo anno del corso di maturità. Fui promosso. Lo devo soprattutto a mio zio Luigi Paglia, insegnante di latino e filosofia, preside di un liceo a Roma, che mi ha fatto studiare tantissimo e soprattutto

mi ha aiutato a imparare a studiare oltre che ad apprezzare il valore intrinseco dello studio. Per sei mesi ho studiato nove ore al giorno. Fu una grande soddisfazione. Sull'onda di quel successo, mi iscrissi al CST di Assisi, il Centro di Studi Superiori diretto dal professor Peroni, un corso di studi superiori emanazione dell'Università di Perugia. Era un corso della durata di tre anni. Mi laureai nel 1996. I miei insegnanti furono personaggi come Claudio Ricci (attuale sindaco di Assisi), Paolo Desinano, Stefano Poeta, Aureliano Bonini, Giancarlo Dall'Ara, il professor Cogno. Chi usciva da quel corso aveva solo la difficoltà di scegliere tra le numerose proposte che trovava ad attenderlo. I due indirizzi del corso riguardavano le agenzie di viaggio e il settore ricettivo. Avevo scelto il secondo. Dovevo migliorare la mia conoscenza delle

lingue straniere e inspessire il mio curriculum al di fuori del settore della ristorazione, dove avevo già accumulato molta esperienza. Nel giugno del 1996 andai in Inghilterra presso il Whites Hotel della compagnia inglese Thistle Hotels che ha alberghi solo nel Regno Unito. Oggi il Whites Hotel si chiama Thistle Hyde Park. È una boutique hotel di 50 camere di fronte ad Hyde Park in Lancaster Gate di categoria 5 stelle lusso con una clientela di nicchia. Il Capo ricevimento dell'Hotel Subasio di Assisi me lo raccomandò perché vi aveva inviato un nipote a lavorarvi. Il Restaurant Manager dell'albergo era italiano, Carlo Fra quelli, di Bologna. Mandai il curriculum. Mi risposero con grande immediatezza. Mi aiutarono a trovare anche l'alloggio presso una sorta di ostello della gioventù a 200 metri dall'albergo. Incominciai come cameriere con il turno fisso del breakfast e del lunch, ideale per chi doveva ancora imparare la lingua inglese. Dovevo preparare soprattutto la mise en place, accogliere i clienti e chiedere Tea or Coffe?



Se mi chiedevano qualcosa di più complesso, andavo dal collega più esperto che mi chiariva la domanda. Il terzo giorno di lavoro, alla fine del servizio il collega più anziano mi chiese in italiano di andare a prendere l'aspirapolvere pronunciando la parola aspirapolvere in inglese come accade a chi è

all'estero da molti anni il quale tende a inframmezzare a un discorso in lingua italiana sostantivi in lingua locale, che gli sono diventati più familiari, così mi chiese di andare a prendere l'Uvaar, come si pronuncia in inglese. Mi chiesi perplesso perché voleva dell'uva visto che avevamo appena sbarazzato. Comunque eseguii. Provocai una grande risata. Subito dopo il mio arrivo mi iscrissi a una scuola di inglese. La frequentavo tutti i pomeriggi. Finivo il servizio alle 14,30 e mi recavo a scuola ancora con la divisa da lavoro indosso perché non aveva il tempo necessario per cambiarmi. A mano a mano che il mio inglese migliorava mi cambiarono anche i turni per darmi modo di interloquire più direttamente con la clientela dell'albergo. Assunsi anche i turni del pomeriggio e della sera. Assolvevo anche al ruolo del Room Service da solo imparando a rispondere

direttamente al telefono. Dopo pochi mesi, cambiò il General Manager. Conosceva il master del CST di Assisi. Mi chiamò e mi propose di seguire il programma di Training Manager della compagnia alberghiera. Ogni due mesi cambiavi settore dell'albergo al fine di sperimentarli tutti. Era un corso di un anno e mezzo/due superato il quale diventavi vicedirettore di uno dei loro alberghi. Lo frequentai anche se non ero intenzionato a restare in Inghilterra. A Perugia mi aspettava Anna Maria con la quale ero fidanzato dal 1989. Eravamo fidanzati già da sette anni.

Con la Thistle Hotels ho imparato soprattutto l'importanza delle procedure di compagnia, gli standard. A fine 1997 fui contattato da un imprenditore della zona di Assisi che voleva aprire un importante centro polifunzionale con ristorante. Rientrai ad Assisi. A Foligno stava per aprire l'Express by Holiday Inn di cui era vicedirettore un mio compagno del master di Assisi. Cercavano personale per la Reception. Mi proposi.

Avevo l'ambizione un giorno di diventare direttore d'albergo e sapevo che per poter raggiungere quel traguardo dovevo inspessire il mio curriculum professionale con un'esperienza significativa al Front Office. Mi assunse Francesco Schiavoni,

oggi General Manager del Breaking Business Hotel di Mosciano Sant'Angelo. In Holiday Inn ho lavorato per un altro anno e mezzo. Claudio Cesarò, professore della scuola alberghiera di Spoleto, mi informò che il General Manager del Grand Hotel di Assisi, Maurizio Ferrante, cercava un vicedirettore. L'albergo aveva aperto da pochi mesi. Feci un colloquio con Ferrante e fui assunto. Maurizio Ferrante l'avevo conosciuto al CST dove era venuto come esperto per tenere alcune lezioni sull'hotellerie e sul management alberghiero. Per me era un mito.

Sono rimasto al Grand Hotel di Assisi dal 2000 al 2004, prima come vicedirettore di Maurizio Ferrante e poi come direttore quando Maurizio andò ad assumere l'incarico

di General Manager del Grand Hotel Duca d'Este a Tivoli nel 2001. Ferrante lasciò Assisi anche in seguito al cambio di gestione dell'albergo, che non condivideva. La nuova gestione mi dette l'opportunità di assumere la direzione dell'albergo. Per me era una condizione ideale perché abitavo a cinque minuti dall'albergo. Anna Maria a sua volta aveva l'impiego in un'ottima azienda sempre in loco. Ci siamo sposati nel 2003, dopo 14 anni di fidanzamento. Mi resi conto però che rischiavo di non riuscire più a crescere professionalmente. La mia, nel Grand Hotel di Assisi, era una situazione bloccata. Decisi di rimettermi in discussione. Inviai il mio curriculum alle maggiori compagnie alberghiere presenti in Italia. Non mi interessava l'inquadramento ma la possibilità di ricominciare a crescere professionalmente. Volevo lavorare nel segmento dell'hotellerie di lusso, la più prestigiosa e professionalmente impegnativa. Tra i tanti, scrissi anche a Lorenzo Giannuzzi, Area Manager di Meridien per Italia e

Svizzera. Fui chiamato a un colloquio all'Hotel Gallia a Milano per una posizione nel Forte Village di Margherita di Pula in Sardegna. Mi proposero la posizione di Room Division Manager. Al Forte Village, il Room Division Manager sovrintende i sette direttori dei sette alberghi del Forte Village, tutti di categoria 5 stelle. È un ruolo assai importante. Era una sfida notevole perché non

avevo mai avuto esperienze analoghe. Al Forte Village ci sono 22 ristoranti, 10 piscine, la Spa, il Centro congressi, è una struttura incredibilmente complessa quanto articolata. Ho accettato immediatamente. Risultò che c'erano le condizioni di impiego anche per mia moglie che venne assunta come responsabile della Spa del Forte Village, una delle più famose al mondo. Non avevamo ancora figli, c'era l'alloggio all'interno della struttura alberghiera. Fu una sfida in cui entrambi ci tuffammo con il massimo dell'entusiasmo e del senso di responsabilità. Sono sfide che ti impegnano a tempo pieno sia fisicamente che intellettualmente.

Sono rimasto al Forte Village per due anni, il 2005 e il 2006. Abbiamo avuto la soddisfazione di inserire una



delle strutture di categoria 5 stelle del Forte, la Villa del Parco, nella Leading Hotels of the World, il più prestigioso consorzio alberghiero del mondo. Anche le terme del Forte divennero Leading Spa.

Fu un'esperienza professionale e umana fantastica. In agosto al Forte Village si superano i 1000 dipendenti e altrettanti clienti all'interno di un resort che è una vera e propria città. È un'esperienza unica e indimenticabile. È fantastico come un'esperienza simile ti apra gli orizzonti umani e professionali.

Lorenzo Giannuzzi impersona quella fantastica esperienza professionale che è stata la scuola di management di Sir Charles Forte, il fondatore della compagnia che ne portava il nome. Non è un caso che il Forte Village da almeno una dozzina di anni continui a essere premiato come il miglior resort del mondo.

Nel giugno del 2006 nasce il nostro primo figlio, Lorenzo. Abbiamo sentito l'esigenza di riavvicinarci alla nostra terra, che amiamo profondamente e dove volevamo far crescere i nostri figli. Anna Maria è originaria di Spello, dove viviamo attualmente.

Mi è dispiaciuto lasciare il Forte Village perché è stato molto di più che una scuola e un luogo di crescita professionale. Lì sono cresciuto anche come persona. Bernabò Bocca, il presidente di Sina Hotels, mi contattò perché cercava un General Manager per l'Hotel Bernini di Roma. Questa proposta mi allettava più di altre che avevo ricevuto in quel periodo. Uno dei motivi che mi fecero scegliere Sina Hotels era dovuto anche al fatto che la Sina Hotels è proprietaria e gestisce l'Hotel Brufani Palace a Perugia. Chissà se un domani sarei riuscito a dirigerlo? All'Hotel Bernini di Roma sono rimasto dal gennaio al settembre del 2007. In quel periodo si liberò il posto di General Manager del Grand Hotel Villa Medici di Firenze, che oltretutto è anche la casa madre della compagnia. Il Grand Hotel Villa Medici è affiliato alla Leading Hotels of the World.

Bernabò Bocca mi chiese se ero disposto a spostarmi a Firenze per utilizzare le mie conoscenze relative alla LHW. Dal settembre 2007 al marzo 2009 ho diretto l'albergo di Firenze. Infine, il direttore dell'Hotel Brufani Palace di Perugia decise di cambiare ruolo all'interno della Sina Hotels per occuparsi della promocommercializzazione di Sina Hotels per i mercati di Medio Oriente, America e Asia. La crisi economica globale che abbiamo attraversato è iniziata proprio negli Stati Uniti d'America. Sina Hotels

IL MIO DIRETTORE IDEALE
DEVE ESSERE SEMPRE
E INNANZITUTTO UN
GRANDE PADRONE DI
CASA. È IMPORTANTE
CONOSCERE BENE
L'OPERATIVITÀ GRAZIE AD
UNA BUONA GAVETTA,
AVERE PREDISPOSIZIONE
PER LE PUBBLICHE
RELAZIONI E UN FORTE
SENSO DI OSPITALITÀ.
LA TECNOLOGIA DEVE
AIUTARE A OTTIMIZZARE
QUESTE QUALITÀ,
NON A SOFFOCARLE.

aveva la ferma convinzione che dagli Usa sarebbe ripartita anche la ripresa economica. Da qui la scelta di investire su una nostra presenza fissa in quel mercato. Sono stato un suo sostituto naturale. Da qui la scelta della compagnia di spostarmi a Perugia come General Manager dell'Hotel Brufani Palace. Ho assunto il nuovo incarico il 12 marzo del 2009. Il 2010 è stato anche l'anno in cui io e Anna Maria abbiamo avuto il secondo figlio.

L'Hotel Brufani Palace è l'albergo di riferimento di Perugia fin dalla sua realizzazione nel 1884. È stato acquistato dalla Sina Hotels nel 1986. La compagnia acquisì anche l'adiacente

Hotel Bellavista unificandoli. Oggi l'albergo, che in origine aveva una ventina di camere, ne offre 94 di cui 35 suites, il ristorante Collins, lo splendido American Bar con accesso indipendente su Piazza Italia, una zona wellness & fitness assai suggestiva al piano meno tre

(nei sotterranei che facevano parte della Rocca Paolina). Disponiamo anche di un garage interrato per 18 posti auto.

Ho scelto di diventare direttore d'albergo perché è un ruolo per cui sento di avere la giusta vocazione. Mi sento portato verso i miei simili per una profonda empatia umana e culturale. Il mondo dell'ospitalità mi si confà soprattutto dal punto di vista del carattere. Ovunque ho lavorato, i rapporti sia con lo staff che con gli ospiti sono sempre stati improntati a una grande disponibilità reciproca.

Sono molto accomodante nella forma quanto altrettanto determinato sui principi e sugli obiettivi da raggiungere. Da giovane mi sentivo molto insicuro ma questo sentimento non mi ha mai frenato dal mettermi in gioco andando a rischiare il giusto pur di comprendere chi fossi e quale poteva essere il mio ruolo nella vita.



Ho avuto anche il mio carico da novanta di problemi. In Inghilterra vivevo in una camera molto piccola e scomoda, mangiavo anche peggio. Dopo 20 giorni che ero in Inghilterra, fui ricoverato per un'improvvisa appendicite. I miei lo hanno saputo solo dopo un anno.

Una sera mi preparai per cena una scatoletta di fagioli accompagnata da una baguette di pane. Stesi sul comodino un fazzoletto pulito di carta a mo' di tovaglia e trangugiai rapidamente i fagioli accompagnandoli con il pane. La cena mi rimase sullo stomaco. La notte fui svegliato da dolori acuti allo stomaco. Capii che era

l'inizio di un attacco di appendicite.

La mattina dopo mi alzai alle sei, indossai la divisa e mi recai al lavoro, che distava 200 metri dal mio alloggio.

I miei colleghi si spaventarono quando mi videro arrivare: ero giallo in viso. Mi mandarono al St. Mary Hospital, a circa un chilometro di distanza

dall'albergo. Portai con me i documenti, il modello C64 per l'assistenza sanitaria all'estero, e un piccolo dizionario perché ero appena arrivato in Gran Bretagna e l'inglese lo conoscevo in maniera assai sommaria. Pensavo di tornare immediatamente in Italia dove farmi operare.

Al pronto soccorso mi visitarono. Il medico mi disse: tra un'ora ti operiamo. Se passa più tempo, rischi di morire di peritonite.

Neanche a farlo apposta, quel giorno dall'Italia arrivava a Londra una professoressa di inglese di Santa Maria degli Angeli, amica di famiglia, che mi avrebbe portato la classica valigia dell'emigrante colma di cibo: prosciutto, parmigiano, pasta, salse, di tutto e di più. Avrà pesato almeno una cinquantina di chilogrammi. Veniva a Londra con un gruppo di studenti per fargli svolgere un breve stage di due settimane. Arrivavano in autobus a Victoria Station dove c'è il terminal degli autobus. Da casa sia mia

madre che Anna Maria mi avevano raccomandato di farmi trovare alla stazione dei pullman per toglierle l'ingombro e il peso della valigia. Quel giorno fui ricoverato e operato d'urgenza.

Di quell'avventura ricordo un altro particolare. Mi fecero spogliare per indossare il camice dell'ospedale. Tolsi tutto tranne il rosario con il crocifisso di legno, che tenevo stretto in pugno.

Sono profondamente devoto alla figura di Francesco di Assisi e porto sempre con me un semplice rosario con il crocifisso in legno come usava il poverello di Assisi.

Si chiama Tau. Una infermiera di colore, con un volto di una dolcezza infinita, se ne accorse e me lo chiese. Era la prassi. Quando si accorse di che cosa si trattava, mi rassicurò: Ti prometto che quando riaprirai gli occhi dopo l'operazione la prima persona che vedrai sarò io e ti consegnerò immediatamente il tuo crocifisso.

Così è stato. Ricordo anche che mentre stato entrando in sala operatoria, con il mio inglese stentato, chiesi al dottore: Tanto l'appendicite è un'operazione facile. Vero? Mi rispose, non so se con tipico humour nero inglese: tutte le operazioni possono essere facili o difficili. Dipende da come vanno. Mi pentii di avergli rivolto quella domanda. Amo questa professione perché mi permette di esprimere il meglio delle mie qualità umane e professionali. Il mio direttore ideale deve essere sempre e innanzitutto un grande padrone di casa.

È importante conoscere bene l'operatività (e averla vissuta con una buona gavetta), avere una buona predisposizione per le pubbliche relazioni e un forte senso di ospitalità.

Valeva in passato come vale oggi e varrà in futuro. La tecnologia deve aiutare a ottimizzare queste qualità, non a soffocarle.

È aumentata la complessità del mercato e di conseguenza anche quella del lavoro oltre a essere aumentata notevolmente la concorrenza.

Si ha meno tempo per occuparsi del cliente, questo è sbagliato. Il cliente resta sempre al centro del nostro core business, mai dimenticarlo. L'albergo infine deve essere profondamente radicato sul territorio.

L'albergo è un presidio sociale e culturale del territorio, non solo un'entità meramente economica.

Il mio orario di lavoro?

Dalle 8,30 del mattino fino alle 20,30 della sera quando non ci sono importanti eventi in albergo.

In quel caso mi accade anche di dormire in albergo.

È AUMENTATA LA
COMPLESSITÀ DEL MERCATO
E DEL NOSTRO LAVORO
OLTRE A ESSERE AUMENTATA
NOTEVOLMENTE LA
CONCORRENZA.
SI HA MENO TEMPO PER
OCCUPARSI DEL CLIENTE,
QUESTO È SBAGLIATO.
IL CLIENTE RESTA SEMPRE AL
CENTRO DEL NOSTRO CORE
BUSINESS, MAI DIMENTICARLO.
L'ALBERGO DEVE ESSERE
PROFONDAMENTE
RADICATO SUL TERRITORIO:
È UN PRESIDIO SOCIALE E
CULTURALE DEL TERRITORIO,
NON SOLO UN'ENTITÀ
ECONOMICA.



4/Patrizio Cipollini

*General Manager
Four Seasons Firenze*

il vero lusso
è il Servizio



Patrizio Cipollini, classe 1954, è un lucchese della Garfagnana, di Pieve Fosciana, nella valle del fiume Serchio separato dal Mar Tirreno e dalla Versilia dalla dorsale calcarea delle Alpi Apuane.

Storicamente siamo rivali di Pisa. Nel mio paese nella prima domenica dopo Pasqua si festeggia la Festa della libertà. Pensavo si riferisse alla liberazione dai tedeschi nella seconda guerra mondiale. Mi sbagliavo. Si riferisce alla libertà dal dominio pisano conquistata parecchi secoli fa, nel 1369. È da noi che si dice: Meglio un morto in casa che un pisano sull'uscio. Il tempo nelle mie valli scorre particolarmente lento. In fin dei conti siamo diventati italiani solo nel 1861. Nei mille anni precedenti eravamo assai più legati ai nostri campanili. Mi sono iscritto dopo le medie alla Scuola alberghiera G. Minuto di Marina di Massa, in Versilia. Scelsi la scuola alberghiera perché avevo degli amici più grandi che la frequentavano e vedevo che ciò gli consentiva di lavorare da subito e guadagnare. La mia non era una famiglia agiata. Dall'età di 15 anni non ho mai più chiesto soldi alla mia famiglia. Il sabato sera e le domeniche lavoravo in sala come cameriere nei ristoranti della costa. Per 19 anni non sono mai stato a casa a Natale e a Capodanno. In quei giorni ho sempre lavorato.

Inizialmente la sede dell'Istituto si trovava in via Casamicciola e il Convitto era ospitato in strutture ricettive di Marina di Massa. La mia prima stagione è stata nel 1969, a 15 anni, per i tre mesi estivi tra la fine dell'anno scolastico e l'inizio di quello successivo. Il primo anno lavoravi in una pensione, il secondo anno in un albergo di categoria 3 stelle, l'anno successivo in un albergo di categoria superiore. La mia prima stagione la passai al Lido di Camaiore: in tre mesi ebbi un solo giorno di riposo. Non mi versarono neppure le marche dell'assicurazione. Mi occupavo della portineria e della sala. Tra il Natale e il Capodanno del 1969 ho lavorato per due settimane alla Bussola di Sergio Bernardini. Fare la stagione non era una scelta ma un obbligo. I nostri professori delle materie tecniche erano direttori o ex direttori. L'estate ci procuravano loro il lavoro. Il giudizio del datore di lavoro pesava sul curriculum scolastico.

La Scuola alberghiera di Marina di Massa era tra le migliori d'Italia. La scuola alberghiera educava prima ancora che formare professionalmente. Si viveva in convitto e si viveva l'attività alberghiera a tempo pieno. Studiavamo tre

lingue (francese, inglese e tedesco), lavoravamo in sala, alla reception, in cucina, ai piani. Facevamo i turni e ciò ci consentiva di conoscere praticamente come funzionava un centralino e come si teneva una maincourante.

Il mattino, prima di entrare in classe, nella hall si procedeva all'ispezione della pulizia delle mani come della lunghezza dei capelli o dell'appropriatezza dell'abito che indossavamo. Una volta indossai una maglietta attillata di un verde molto acceso. Non mi fecero entrare in classe. Dovetti tornare al Convitto e cambiarmi. Lo stesso accadeva con la lunghezza dei capelli. Erano di moda i capelloni alla Beatles. Noi dovevamo portare i capelli all'umbertina, rasati sul collo. Ci impartirono un'educazione molto rigida concepita per facilitarci l'accesso al mondo del lavoro in albergo. Il senso della gerarchia in albergo era assai rigido, assai più che in caserma.

Nel 1972 ho deciso di andare in Germania per migliorare il mio tedesco, che non andava molto bene. Ricordo ancora il nome della nostra professoressa di tedesco, Cordovani, una pisana terribile. Ti faceva odiare la materia. In Versilia in quegli anni il primo cliente era il tedesco. Non potevi non parlare bene la lingua di Goethe. Dall'Europa venivano nelle nostre scuole alberghiere per reclutarci. Dovevi avere almeno 18 anni. Scelsi il Mare del Nord, in un paesino sulla costa vicino ad Amburgo e a 150 chilometri dalla Danimarca dove non c'era alcun italiano. Scoprii le maree del Mare del Nord. Con l'alta marea il mare lambiva l'albergo, con la bassa marea si allontanava di un chilometro e mezzo. C'era un pontile che consentiva di raggiungere il mare o di scappare quando arrivava l'alta marea, che è incredibilmente veloce. Ci sono tornato 22 anni dopo e ho scoperto che sul pontile hanno installato un trenino. All'epoca per raggiungere il mare con la bassa marea si faceva l'autostop utilizzando i tipici veicoli su ruote con le vele che ancora scorrazzano su quelle coste dove il vento è sempre robusto.

Il viaggio è stato assai avventuroso. Prima sono dovuto andare a Verona, al Centro Emigrazione, dove nel corso di tre giorni mi hanno visitato scrupolosamente. I tedeschi non accettavano lavoratori che non fossero perfettamente sani e di robusta costituzione. Arrivai a Monaco, tappa intermedia del viaggio, poco prima dell'apertura delle Olimpiadi. Sotto la stazione ferroviaria ci ammassarono in attesa del treno che andava verso Amburgo. Sembravamo dei deportati. C'erano anche 150 jugoslavi che andavano



a lavorare nel Nord della Germania. Sembrava di essere in una bolgia infernale. Io e un mio amico eravamo gli unici due italiani che andavano verso Amburgo. Lui si fermava lì, io proseguivo. Ci affidarono 150 donne turche che andavano ad Amburgo perché in qualche maniera spiegassimo loro quando dovevano scendere dal treno. Le lavoratrici turche andavano verso le isole del Mare del Nord. Ad Amburgo l'unico modo per far capire che bisognava scendere fu quello di prendere l'iniziativa e calarci a vicenda le valigie dai finestrini del treno. Funzionò. La spiacevole sensazione che ricordo era quella di essere in un film sui deportati. A Monaco vidi anche i cartelli dei bar che vietavano l'ingresso ai cani e agli italiani...

Sulla costa del Mare del Nord dormivo in una baracca. È stato il posto dove ho lavorato di più in assoluto. Mai un giorno di riposo. Iniziavo alle sette con la piccola colazione, si finiva a volte alle quattro del mattino. Tre ore dopo si ricominciava. A volte non mi entravano le scarpe perché i piedi non si erano ancora sgonfiati. Vi ho lavorato da maggio a ottobre. La paga era magra e si mangiava male. In compenso c'era un'infinità di giovani turiste... Tantissime ragazze, pochi uomini, e la vitalità dei 18 anni. Ho speso tutto ciò che ho guadagnato. È stata una grande esperienza di vita oltre che di lavoro.

Nel 1973 feci la mia prima vera stagione dopo il diploma della Scuola alberghiera. Andai in Costa Smeralda, al Romazzino prima, al Pitagora poi (dove divenni 1° maître), dove scoprii una grande passione per l'F&B, settore nel quale ho lavorato per molti anni. Ho visto nascere e crescere la Costa Smeralda dell'Aga Khan. Negli anni successivi alternai le stagioni estive in Costa Smeralda con quelle invernali in Svizzera: St. Moritz, Davos, Arosa, Crans Montana, sempre in alberghi di lusso. In Costa Smeralda conobbi mia moglie. Avevamo 19 anni. Siamo ancora insieme. Noi italiani pecchiamo di cultura dell'organizzazione in compenso nessuno è bravo a risolvere tenacemente i problemi come noi. L'organizzazione svizzera e la cultura problem solving italiana costituiscono una fusione perfetta. Nel 1987 assieme a Claudio Molinari (all'epoca 1° maitre al Romazzino, oggi 1° maitre di sala al Suvretta House a St. Moritz) andammo a Freemantle, sulla costa occidentale



dell'Australia, a 19 chilometri da Perth, dove si doveva svolgere la Coppa America. Nel 1983 a Newport, negli Stati Uniti, lo Yacht Club Costa Smeralda aveva messo in acqua Azzurra. Nel 1987 a Perth l'Italia schierò ben due team. Ad Azzurra per lo Yacht Club Costa Smeralda si aggiunse Italia Uno per lo Yacht Club Italiano di Genova. Era la barca di Gucci. Aprimmo a Freemantle un incredibile club/ristorante, Le Maschere, all'interno di un teatro completamente ristrutturato. Il nome del ristorante ricordava quello del ristorante dell'Hotel Danieli di Venezia. Il soffitto della sala ristorante era alto sei metri. L'Aga Khan spese un miliardo di lire per ristrutturarlo. Il bar e il corridoio erano arredati con maschere veneziane dipinte a mano e con grandi lampadari di Murano.

Quell'avventura durò ben otto mesi, da agosto 1987 a marzo dell'anno successivo. Fu un successo davvero pazzesco. Disponevamo di una squadra eccezionale: io, Molinari, lo chef del Cala di Volpe, il barman dell'Hotel Danieli di Venezia. Ognuno aveva il suo staff. Il ministro del Turismo dello Stato del Western Australia ci supplicò di restare anche dopo la Coppa America. Avevamo portato l'alta ristorazione nel Western Australia. Era la prima volta per loro. Non per noi. Con la Ciga avevamo portato la ristorazione italiana nel mondo. Sergio Mei, che aveva preso la stella Michelin al Palace di Milano, era appena stato anche in India a organizzare una settimana enogastronomica italiana.

A Freemantle trovai parecchi italiani, addirittura del mio paese. Dominavano il settore della ristorazione importando dall'Italia i nostri prodotti originali, dalla bresaola all'olio d'oliva. Diventarono i nostri migliori fornitori. Ci fornivano anche la pasta fresca: tagliatelle, gnocchi, ravioli. Ho capito durante quell'esperienza il ruolo strategico giocato dai nostri emigranti per far conoscere la cultura culinaria del nostro Paese. A Perth l'italiano era insegnato anche a scuola. Ho raccolto storie incredibili su come la nostra emigrazione ha dovuto farsi spazio contro l'egoismo di coloro che erano arrivati prima, soprattutto i galeotti inglesi deportati in massa in Australia dopo la fondazione di Sydney del 1778. La costa occidentale, e Freemantle in particolare, è stata colonizzata dagli italiani tra le due

guerre e ancora dopo la seconda guerra mondiale. Il viaggio era pagato, le navi di linea erano della compagnia Costa di Genova. Mi dicevano: Noi stiamo bene perché lavoriamo tutta la settimana mentre gli australiani smettono di lavorare il venerdì.

Nel 1988 andai a Montecarlo ad aprire il ristorante Maison d'Or vicino al famoso tunnel. Era un museo vero e proprio, con quadri del Canaletto, di Tiziano Vecellio, rivestito in oro zecchino. Avevo uno staff di 22 persone. Dopo un anno tornai in Costa Smeralda dove assunsi il ruolo di Sales & Marketing Manager. È stato un passaggio professionale importante per poter ambire alla direzione generale di un albergo. Costa Smeralda Hotels è stata una scuola eccezionale perché aveva un'organizzazione inimmaginabile in qualsiasi altra realtà italiana. Avevamo sei alberghi, bars, ristoranti, yacht club, golf club, centri congressi. Investivano sulla crescita professionale dei collaboratori. Ti inviavano a loro spese a frequentare i corsi delle migliori università del mondo. Io ho frequentato i corsi estivi della Cornell University di Ithaca negli Stati Uniti. Nel 1992 Vincenzo Finizzola, con il quale avevo collaborato in passato in Ciga quando era General Manager dell'Hotel Romazzino, mi propose di partecipare all'avventura di aprire il primo Four Seasons in Europa a Milano. I lavori erano iniziati nel 1987: all'epoca l'albergo avrebbe dovuto aprire con il brand Regent. Durante i lavori di ristrutturazione si scoprì che l'edificio era stato un convento: tornò alla luce anche il chiostro. Intervenirono le Belle Arti e i lavori subirono un forte rallentamento. Nel frattempo Four Seasons aveva acquistato il marchio Regent decidendo di aprire l'albergo con il marchio canadese. Finizzola insistette perché incontrassi a Milano Antoine Corinthios, attuale presidente di Four Seasons Europa, Medio Oriente e Africa. Fu una bella chiacchiata. Il giorno dopo Finizzola mi chiamò: Patrizio, complimenti. Sei piaciuto al capo. Ti sto inviando la proposta di contratto. Volevo tornare all'operatività. Entrai così in Four Seasons come Hotel Manager con la responsabilità del F&B di Four Seasons Milano.

L'11 gennaio 1993 iniziò la mia avventura in Four Seasons. Abbiamo aperto l'albergo il primo aprile. Lo staff di Milano era del tutto nuovo. Nessuno aveva esperienze precedenti in Four Seasons tranne Michele Grosso che arrivava dal Four Seasons In on the Park di Londra. Grosso oggi è uno dei General Manager di Four Seasons. Ne sono usciti ben quattro dall'esperienza di Milano. Riuscii a convincere

IL GENERAL MANAGER
DI UN ALBERGO
DEVE INCONTRARE
INNANZITUTTO I CLIENTI,
IN ARRIVO COME IN
PARTENZA, OLTRE A
ESSERE SEMPRE VICINO
AL PROPRIO STAFF.
FOUR SEASONS STA
CERCANDO DI RIDURRE
LE INCOMBENZE
BUROCRATICHE CHE
TOLGONO TEMPO
AL MANAGEMENT
PER POTERLO DEDICARE
AI CLIENTI
E AI COLLABORATORI.

Sergio Mei ad abbracciare la filosofia Four Seasons trasferendosi da noi. Lo staff iniziale era di 180 persone con 98 camere, oggi sono 240 con 118 camere. È stata un'avventura esaltante. Il successo dell'albergo è stato straordinario. Nei primi sei mesi di attività abbiamo dovuto ritoccare tre volte i prezzi. Per 15 anni abbiamo registrato il tasso di occupazione e l'incasso medio per camera di gran lunga superiore a tutti gli altri alberghi di categoria lusso di Milano. Gli standard Four Seasons sono eccezionali. Per quanto sia bello l'albergo, è mia ferma convinzione che il vero lusso è il servizio.

L'avventura fiorentina

Non mi sarei spostato da Milano se non per aprire un altro Four Seasons in Italia. Con Vincenzo Finizzola c'era una solida intesa professionale e una calda amicizia personale.

Mio figlio Boris è arrivato a Milano che aveva solo due anni e vi è cresciuto. Non mi sarei mai trasferito da Milano.

Fu l'ingegner Orlando, proprietario della Società Metallurgica Italiana, che aveva i suoi uffici in quello che è diventato il corpo principale

del Four Seasons Firenze, a proporre a Four Seasons il progetto di trasformare in albergo l'edificio cinquecentesco che si affaccia sui giardini della Gherardesca, anch'essi di proprietà della SMI. I 4,5 ettari del giardino della Gherardesca sono noti fin dalle sue origini: nel 1700 come giardino botanico e, dagli inizi del XIX secolo, dimora di piante rare e in via di estinzione. Bartolomeo Scala, di umili origini asceso al ruolo di cancelliere della Repubblica fiorentina sotto Lorenzo il Magnifico, nel 1473 acquistò una casa circondata da un ampio terreno, al tempo agricolo, tra Borgo Pinti (su cui si affaccia il Palazzo) e la parallela via Gino Capponi. Nel 1473 fece erigere il suo palazzo, una vera e propria villa urbana.

Sull'altro lato dei giardini sorge il Conventino, un edificio del 1500 che la famiglia del barone Luigi Del Nero edificò su via Capponi, diventato in seguito convento di suore dell'ordine religioso delle "Serve di Maria Riparatrice", e poi convitto per giovani donne "traviate", da qui il nome di Conventino. Il Conventino fu fondato intorno alla metà dell'800 da Emilia d'Otremon, baronessa di Hoorgworst. L'ingegner Orlando muore e il progetto sembra sfumare.



Nel 1999 il Gruppo Fingen acquista il Conventino con l'intenzione di trasformarlo in appartamenti. Dopo un abboccamento con Four Seasons, nel 1999 lo stesso gruppo acquista il Palazzo della Gherardesca. Nel 2000 viene firmato l'accordo con Four Seasons Hotels & Resort per la gestione dell'hotel che comprenderà il palazzo, il convento e il parco botanico secolare che li divide. 37 camere e suites, con ricevimento e portineria dedicata, sala colazione e Business center sono ubicate nel Conventino, la struttura che sorge nell'area ovest del parco. È stata ristrutturata in maniera filologica anche la chiesa annessa al conventino che vi si trova, che viene utilizzata per organizzarvi eventi in un ambiente assai scenografico e suggestivo. Il 15 giugno del 2008 apre il Four Seasons Hotel Firenze con 116 camere, il ristorante Il Palagio, la

Spa, la piscina all'aperto. Vito Mollica ne è l'Executive Chef. Ho incominciato a seguire il progetto fiorentino dal 2005, mi sono trasferito a Firenze nel 2007. Abbiamo lavorato in stretta sinergia con il Project Management di Four Seasons, che risiede a Toronto, e con la proprietà dell'albergo per creare

un vero e proprio gioiello alberghiero.

Un gioiello architettonico radicato profondamente nel Genius Loci di Firenze. Il Palagio, ristorante principale dell'hotel, utilizza ingredienti toscani acquistati direttamente da produttori locali; il Centro Benessere si pregia dei ricercati prodotti creati appositamente dall'Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella; le profumazioni e le amenities delle camere sono state create in esclusiva per Four Seasons Hotel Firenze da Lorenzo Villorosi, artigiano e maestro profumiere fiorentino, unico italiano ad aver vinto l'ambito Prix Coty. Per il restauro e l'arredamento, abbiamo utilizzato ben 32 artigiani toscani oltre ad alcuni dei migliori produttori italiani. Nell'hotel si respira la serena atmosfera dell'accoglienza e l'ospitalità di una grande casa nobile toscana. Per 116 camere, disponiamo di uno staff di oltre 200 persone di cui 50 provenienti da tutti i Four Seasons del mondo.

Il capitolo conclusivo lo vorrei dedicare alla cucina italiana. Quando ero giovane, la cucina egemone nei grandi alberghi era quella francese. In francese erano scritti

i menu. Francesi erano i ristoranti grand gourmet nei migliori alberghi del mondo. Uno dei primi promotori della cucina italiana fu Sergio Mei che andò in televisione con l'Almanacco del giorno dopo, la trasmissione di Vincenzo Buonassisi, dove fece ben 600 ore di trasmissione. Erano gli anni 1978/1979. Ho lavorato con Mei al Pitrisa, in Sardegna. Io ero in sala, lui in cucina. Siamo sempre stati grandi amici. Nel 1984 veniva l'estate come chef, il resto dell'anno era al Palace di Milano. In seguito divenne l'Executive Chef di tutti gli alberghi Ciga. Sergio Mei è stato il primo ad affrontare la cucina italiana in maniera scientifica. Mentre anche nei grandi alberghi internazionali si lavorava con il precotto, Mei utilizzava solo ed esclusivamente la cucina espressa, fatta sul momento. È stato un grande precursore. In quegli anni Gualtiero Marchesi divenne famoso con la Nouvelle Cuisine. Sergio Mei invece sposò la presentazione dei piatti di Gualtiero Marchesi con la qualità intrinseca e superiore della grande cucina italiana. La cucina italiana era considerata una cucina povera dove prevaleva la quantità sulla qualità. Personaggi come Mei l'hanno riscattata dimostrando che poteva essere eccellente senza scadere nella quantità. È stato il successo mondiale della cucina italiana che oggi è riconosciuta come la numero uno nel mondo. Sergio Mei a mio parere è il vero maestro della cucina italiana. Ha girato il mondo fin dagli anni Settanta e ha portato la cucina italiana in tutto il pianeta. Il nostro Executive Chef, Vincenzo Mollica detto Vito, è uno chef davvero eccezionale quanto apprezzato. È uno dei più degni rappresentanti della nostra grande tradizione, che sta portando avanti con passione indiscutibile. Ha portato il ristorante in albergo. I clienti vengono al Palagio per la sua cucina. Prima di Firenze è stato l'Executive Chef del Four Seasons di Praga cui è stata riconosciuta la stella Michelin proprio per il suo lavoro. Ultima riflessione: il General Manager di un albergo come il Four Seasons Firenze deve incontrare innanzitutto i clienti, in arrivo come in partenza, oltre a essere sempre vicino al proprio staff. Four Seasons ne è così cosciente che sta cercando in tutti i modi di ridurre le incombenze burocratiche che tendono ad assorbire il tempo del management per liberare invece tempo da dedicare ai clienti e ai propri collaboratori. È un fatto di priorità. Il Cliente e la sua soddisfazione sono la priorità strategica per qualsiasi genere di albergo.

SERGIO MEI È STATO IL
PRIMO AD AFFRONTARE
LA CUCINA ITALIANA IN
MANIERA SCIENTIFICA:
MENTRE ANCHE NEI
GRANDI ALBERGHI
INTERNAZIONALI
SI LAVORAVA CON
IL PRECOTTO, LUI
UTILIZZAVA SOLO ED
ESCLUSIVAMENTE LA
CUCINA ESPRESSA,
FATTA SUL MOMENTO.
SERGIO MEI È UN
VERO MAESTRO DELLA
CUCINA ITALIANA.



5/Elisabetta Dotto

proprietaria e gestore dell'Hotel Ambra e gestore dell'Hotel Panda a Cortina d'Ampezzo

Voglia di indipendenza



La famiglia Dotto è una famiglia di albergatori per passione. Mamma Corinna era albergatrice nel centro storico di Treviso, città di origine della famiglia. L'albergo si chiamava Il selvatico. I figli Giancarlo e Ferdinando Dotto inaugurarono nel 1963 l'Hotel Principe, albergo di ottanta camere, uno dei primi del centro balneare di Bibione, sulla costiera veneziana, che proprio in quegli anni incominciava a svilupparsi. La vocazione all'ospitalità è stata tramandata anche alla terza generazione con Elisabetta e Piero, figli di Giancarlo. Elisabetta Dotto è nata a Treviso nel 1965.

Ha una figlia di 11 anni.

Dopo pochi giorni i miei genitori mi portarono in albergo, a Bibione, dove sono cresciuta. Dormivo in una vasca da bagno adattata a culla all'interno di una camera singola. Era l'epoca in cui la domanda di turismo eccedeva di gran lunga l'offerta di camere e gli albergatori si adattavano a dormire in alloggi di fortuna pur di accontentare il maggior numero possibile di clienti. La stagione turistica era concentrata esclusivamente nel periodo estivo. A Treviso ricordo invece l'albergo di nonna Corinna, con le scale molto ripide e il bancone della reception austero, massiccio, classico dietro il quale troneggiava la nonna. L'estate a Bibione, l'inverno a Treviso dove frequentavo la scuola. Incominciai a lavorare a Bibione a 14 anni: compilavo le schede di notifica per la polizia. Quei lavoretti mi servivano per pagarmi il motorino, l'orologio prima, l'automobile dopo la maturità conseguita nel liceo linguistico.

Gli inverni li trascorrevi in Germania a perfezionare la lingua frequentando corsi di tedesco a Monaco di Baviera, Stoccarda, Francoforte, Brema, Berlino. Ho imparato il tedesco come se fossi una madrelingua. Il tedesco era obbligatorio all'epoca per poter lavorare nel turismo: la clientela sulla riviera era principalmente di lingua tedesca. A 21 anni, nel 1986, presi in gestione il mio primo albergo, l'Hotel Ritz di Bibione, categoria 3 stelle, che aveva 105 camere. Lavoravo assieme a mio fratello Piero, che è del 1966. Abbiamo lavorato insieme per quasi 15 anni. Imparai a lavorare con i tour operators. In quegli anni non esisteva un corso universitario per chi avesse voluto intraprendere una carriera in albergo. Ho mixato così lavoro e studio costruendomi una preparazione professionale ad hoc. Dopo il liceo linguistico come detto sono stata in Germania, Inghilterra e Francia per affinare la conoscenza di quelle lingue che parlo e scrivo

correntemente. Ho lavorato per diversi anni lontano da Bibione per farmi le ossa dal punto di vista professionale: al Grand Hotel Carezza sul lago omonimo, all'Hotel Ritz a Bibione, all'Hotel Ambra a Cortina, ancora a Bibione all'Hotel Esplanada, categoria 4 stelle, 80 camere (che ho gestito per 10 anni assieme a mio fratello Piero). In tutte queste strutture ho svolto mansioni di direzione e gestione dell'albergo con una particolare attenzione alla promozione commerciale degli stessi. La scelta è sempre stata quella di crescere professionalmente al di fuori della casa madre, l'Hotel Principe, proprio per poterci fare le ossa individualmente. L'inverno lavoravo in montagna. A Cortina venni in avanscoperta sul finire degli anni Ottanta lavorando per l'Hotel Ambra. Ci sono tornata nel gennaio 2007 per acquistarlo. L'Hotel Ambra, di categoria 4 stelle, propone 25 camere doppie e un trattamento di sola camera e prima colazione. La mia scelta cortinese ha comportato un definitivo distacco da mio fratello Piero, che è rimasto a Bibione a dirigere l'Hotel Principe. Sulla costa fino al febbraio 2008 sono stata anche presidente del Consorzio di promozione turistica (del Veneto Orientale) che comprende Bibione e Caorle e che si occupa di promozione turistica e che fa capo alla Regione Veneto. Per conto del Consorzio ho gestito e promosso due spiagge sviluppandone l'incoming. Mi è servito moltissimo per comprendere "come gira il mondo" nel settore del turismo. Nell'estate del 2007 ho portato a Bibione i maestri di sci di Cortina perché si esibissero su una pista artificiale realizzata in riva al mare dove si sono divertiti anche i turisti della zona. Un segreto del nostro lavoro? Mettersi continuamente in discussione.

Mi piace intervenire direttamente nel decoro dell'albergo oltre che nell'organizzazione dei servizi. L'edificio dell'Hotel Ambra per esempio svolge una funzione ricettiva a Cortina da ben 80 anni. È un retaggio storico che impone anche un forte senso di responsabilità. Abbiamo trasformato l'Hotel Ambra in una elegante bomboniera cortinese dal forte sapore del tempo e nello stesso tempo ho cercato di far sì che l'albergo fosse anche una pinacoteca viva e vissuta che ospita mostre personali di artisti emergenti di particolare qualità dai vetri di Seguso alla mostra di sculture di Maria Cristina Barbon. Scultrice affermata di origine trevisana, Maria Cristina ha ora uno spazio interamente dedicato alle sue opere: sculture in terracotta e bronzo. Abbiamo presentato in albergo anche il libro di Giancarlo Dotto e Sandro Piccinini, edito da Mondadori,

CORTINA HA UN GRANDE
 APPEAL A LIVELLO
 INTERNAZIONALE.
 QUI IMPARI A DELEGARE E
 A RESPONSABILIZZARE
 I TUOI COLLABORATORI.
 IL NOSTRO SETTORE È CAMBIATO
 IN MANIERA ENORME.
 SONO CAMBIATI I CLIENTI,
 IL LORO STILE DI VITA.
 È CAMBIATO IL MONDO.
 INTERNET HA SCARDINATO
 DEFINITIVAMENTE TUTTI
 GLI APPROCCI DEL PASSATO.
 CI VUOLE MOLTA PIÙ
 PROGETTUALITÀ
 E ATTENZIONE ALL'OSPITE.
 IMMUTATA È LA PASSIONE
 PER L'ACCOGLIENZA
 CHE DEVE ESSERE
 ALLA BASE DI QUESTO LAVORO.

Il mucchio selvaggio. Come in un salotto letterario d'altri tempi, gli autori hanno incontrato il pubblico nella signorile e graziosa sala del caminetto e, tra un aperitivo e uno stuzzichino, hanno discusso della storia e del ruolo delle televisioni locali in Italia.

L'albergo è presente a Cortina per lo meno dalla ricostruzione del borgo avvenuta dopo la fine della prima guerra mondiale, alla quale Cortina pagò un caro prezzo per essersi trovata sulla linea del fronte. Nel 1928 l'edificio risultava ospitare la Casa Alpina, poi divenne Pensione Emiliana e partecipò alla nascita di Cortina come destinazione sportiva e mondana negli anni Trenta grazie alla figlia di Mussolini, Edda, al marito Galeazzo Ciano, ministro degli Esteri e delfino del regime, e al conte Nuvoletti, cognato dell'avvocato Agnelli. A inizio anni Ottanta fu acquistato e trasformato in multiproprietà con il nome di Hotel Ambra. Quando vi

lavorai, il mio compito fu proprio quello di organizzare i servizi alberghieri per i multiproprietari. Negli anni successivi il settore della multiproprietà alberghiera ha attraversato una grave crisi. Oggi una piccola parte dell'edificio è ancora adibito a multiproprietà, l'80 per cento – la parte che abbiamo acquistato – è albergo a tutti gli

effetti. Abbiamo costruito la terrazza che si affaccia sulla fronte dell'albergo, utilizzata anche per il servizio bar, che garantisce uno sfondamento ottico oltre che un effettivo spazio esterno per le camere del primo piano. Abbiamo adeguato l'albergo alle normative della legge antincendio 626. Le porte tagliafuoco REI 120, in metallo, le abbiamo ingentilite con frasi in latino che richiamano la mia filosofia del piacere, dell'ozio, della vacanza e del benessere.

Il mio obiettivo è quello di lavorare su un progetto di camera con colazione di qualità a Cortina da abbinare all'offerta di ristorazione e di glamour e mondanità esistente sul territorio. Con l'Hotel Ambra ho verificato che c'era un surplus di domanda inesausta per questo genere di servizi che non riuscivo a soddisfare direttamente così nel 2009 ho acquisito la gestione dell'Hotel Panda, categoria 3 stelle, con 20 camere. Il mio obiettivo è portarlo alla categoria delle 4 stelle adeguandolo al format sperimentato all'Hotel Ambra. Vorrei anche acquistarlo.

L'Hotel Ambra è alle spalle del centro storico mentre



l'Hotel Panda è di fronte al Grand Hotel Savoia, all'ingresso della città e a pochi passi dalla sua zona pedonale. Gode di una vista spettacolare sull'antistante gruppo dolomitico delle Tofane. La riapertura – il 16 dicembre 2009 - del Grand Hotel Savoia, secondo albergo di categoria 5 stelle di Cortina, a mio parere consente a Cortina d'Ampezzo di recuperare quel ruolo di regina delle nevi e delle Dolomiti in maniera particolare cui storia, clima e natura l'hanno destinata. Ciò significa poter puntare su una clientela esclusiva e sempre più sofisticata durante tutto l'anno. I miei alberghi infatti sono aperti 12 mesi l'anno. Il ruolo e i rapporti con i collaboratori sono elementi essenziali per comprendere la qualità della nostra professionalità. A 24 anni gestivo uno staff di 32 dipendenti. C'era anche il ristorante, l'animazione, la piscina, il campo da tennis. Non mi ha mai spaventato

il fatto di avere la responsabilità di un budget aziendale da conseguire. Non amo il lavoro dipendente, ho sempre voluto essere inquadrata come lavoratrice autonoma. Non amo essere un mero esecutore. Voglio poter esprimere compiutamente la mia personalità. Sono un'imprenditrice innanzitutto. La mia storia familiare mi ha portato a lavorare in alberghi in località

dove non esistevano grandi compagnie alberghiere internazionali, le uniche che ti garantiscono una coerente carriera professionale se vi entri da giovane. La scelta di lavorare in strutture alberghiere più piccole per dimensioni e maggiormente radicate sul territorio mi ha portato a immaginare una diversa carriera professionale, di gestore e di proprietario alberghiero. Oltretutto mi sono sposata all'età di 24 anni.

A Cortina d'Ampezzo ho scelto di gestire piccole strutture di classe, specializzate nella camera con prima colazione, aperte tutto l'anno. Ciò garantisce una maggiore continuità di rapporti con i collaboratori, all'opposto di quanto accade nelle strutture stagionali, e la possibilità di fidelizzarli anche attraverso un piano carriera che faccia crescere e responsabilizzi progressivamente le risorse umane. Nel momento in cui ho assunto la gestione dell'Hotel Panda, è stato interessante assistere al ruolo di coaching svolto dal personale dell'Hotel Ambra nei confronti dei nuovi collaboratori assunti per l'Hotel Panda.

L'Hotel Ambra vanta un tasso di occupazione dell'85 per cento su base annua. Ciò significa non solo puntare allo stesso risultato per l'Hotel Panda ma soprattutto affrontare una mole di lavoro assai interessante nonostante il numero limitato di camere di cui disponiamo nelle due strutture. L'Hotel Ambra lavora intensamente anche quando gli altri alberghi di Cortina chiudono. Il mese di novembre per esempio per noi è diventato un mese di punta. Esiste un turismo di elevata qualità, come quello che utilizza bicicletta e motocicletta o arriva in auto con la mountain bike sul tettuccio, che si muove sul territorio e che richiede offerte turistiche assai più articolate di quelle offerte da una singola destinazione, pur prestigiosa che sia. Il fatto di aver deciso di aprire tutto l'anno ci ha premiato non poco soprattutto nei confronti della clientela walk in, di passaggio, o che prenota all'ultimo minuto, assai presente a Cortina. Lo spot

della Tim con Christian De Sica e Belem Rodriguez, che ha fatto tanto parlare in televisione, è stato girato a Cortina. Troupe e attori erano alloggiati all'Hotel Ambra. Nell'estate del 2010 chiudiamo l'Hotel Ambra per due mesi per rifare 5 camere nel sottotetto mansardato, con un investimento di 40.000 euro solo per

l'arredamento di ogni singola camera. Creeremo camere a tema di grande qualità capaci di offrire emozioni uniche dedicate a personaggi famosi che sono vissuti a Cortina. Sono convinta che la qualità risieda sia nella progettazione attenta del prodotto turistico che nei dettagli che arricchiscono l'emozione offerta all'ospite dal cioccolatino alla possibilità di farsi tè e caffè all'americana in camera al buffet breakfast che deve essere ricco, vario, emozionante. Anche all'Hotel Panda, che era di categoria 3 stelle quando l'ho acquisito, ho immediatamente impostato lo stesso buffet breakfast dell'Hotel Ambra. Mi è impossibile calare la qualità dell'offerta che intendo proporre al mio cliente. La mia politica tariffaria è molto flessibile per tener conto dell'andamento del mercato e delle stagioni, non è mai flessibile sulla qualità del servizio offerto che deve essere sempre massima qualunque tariffa si proponga. Il turista contemporaneo ricerca fuori di casa una qualità del comfort perlomeno pari a quella cui è abituato a casa sua, ormai di elevato livello per chiunque, magari superiore per riuscire a stupirlo. Tutta Cortina dovrebbe salire alla qualità



dei 4 e 5 stelle per rispondere al potenziale della regina delle Dolomiti. Quando ho preso la gestione dell'Hotel Panda, sono salita anche con le tariffe per uniformarlo alla qualità del servizio dell'Hotel Ambra. Ho perso la precedente clientela di questo albergo, abituata a tariffe e servizi di categoria inferiore, con la convinzione che le scelte progettuali coerenti alla fine ripagano sempre. Quando hai una location come quella dell'Hotel Panda, con le camere che si affacciano sulle Tofane, devi avere l'ambizione di creare un'offerta adeguata alle potenzialità del luogo in cui operi. Devi creare un ambiente fortemente caratterizzato dal punto di vista dell'identità del luogo: abbiamo messo un tavolo da lavoro da falegname alla reception, le chiavi delle camere hanno il portachiavi in legno grezzo, tutto l'arredo esalta il sapore del luogo e del tempo utilizzando al meglio i mobili antichi e massicci

presenti nell'albergo. L'Hotel Panda è una casa con portineria con standard di qualità di categoria 4 stelle. Deve essere una casa sofisticata. Per esempio, la prima colazione viene servita fino alle 11 del mattino. È stato un bel salto di qualità rispetto al turismo balneare dove dovevi avere

almeno 200 persone in casa al giorno e puntare a un ritorno economico immediato e veloce per garantirti il conto economico durante la breve stagione in cui operavi. Qui il lavoro invece è più pianificato e protratto nel tempo. Ti viene il cliente che ha casa a Cortina ma che preferisce l'albergo se viene per un weekend o per aprirla in vista della bella stagione o della neve d'inverno. Viene il suo ospite, che mangia in villa ma preferisce pernottare in albergo. Viene l'architetto di grido che ha progettato un albergo di design e viene a Cortina per riposare o architetti di Dubai arrivati in Italia per progettare campi da golf. Cortina ha un grande appeal a livello internazionale. Qui impari a delegare e a responsabilizzare i tuoi collaboratori. Come è cambiato il nostro settore da quando ci lavoro? In maniera enorme. Sono cambiati i clienti, il loro stile di vita. È cambiato il mondo. Internet ha scardinato definitivamente tutti gli approcci del passato. Ci vuole molta più progettualità e attenzione all'ospite. Immutata è la passione per l'accoglienza e la passione che devono essere alla base di questo lavoro.



6/Stefano Squecco
*ex Direttore Operativo
 del Molino Stucky Hilton
 di Venezia. Attualmente
 Deputy General Manager
 al Pennyhill Park, un Exclusive
 Hotel & Spa in Bagshot,
 United Kingdom*

**la Qualità
 Hilton**

Lavoro e vivo in hotel ormai da diversi decenni. Il turismo è cambiato, anche l'educazione e la formazione sono cambiate. Cito brevemente il mio percorso formativo. Negli anni Ottanta cercavo uno sbocco professionale e sentivo che quello alberghiero era il mio mondo ma non sapevo però a chi rivolgermi per avvicinarmi.

Era appena stato creato l'Istituto Tecnico per il Turismo, decisi di frequentarlo, vedere quello che mi offrivano e proseguire, dopo il quinto anno, all'Università, anche se l'offerta in Italia si limitava a Economia del Commercio. Mi trovai in grosse difficoltà di fronte a questa scelta così limitata e infine mi iscrissi alla Bocconi dove ho frequentato per tre anni senza che, però, scoccasse la scintilla dell'ispirazione, che cercavo. Grazie all'Università ho avuto modo di visitare alcune scuole alberghiere in Europa e infine sono arrivato in Svizzera dove mi sono fermato per frequentare la scuola alberghiera di Glion sur Montreux, perché sentivo l'esigenza di essere formato in questo settore, che ritenevo particolare già a quei tempi.

Mi rendevo anche conto, però, che in Italia nel settore turistico si continuava a pensare che, essendoci il sole, la sabbia, città d'arte, centri termali, il turista doveva venire e quindi, secondo la mentalità del vecchio imprenditore, perché mai ci si sarebbe dovuti adeguare o far risvegliare qualche cosa di speciale dentro gli addetti o investire nella formazione delle nuove leve? Ricordo che gli italiani erano maestri di accoglienza nel mondo, oggi si registra una regressione. Infatti osservando gli stagisti che frequentano

il Molino Stucky Hilton di Venezia e che, spesso, vengono dall'estero, noto che esistono margini di miglioramento per i nostri istituti.

Quando arrivai nel 1997 a Venezia sentivo ancora questi discorsi "perché a Venezia comunque tutti prima o poi vengono, quindi la necessità di rinnovamento e innovazione era scarsamente sentita. Una volta nella vita tutti arrivano a Venezia!".

Quello che vorrei consigliare a tutti coloro che vogliono intraprendere questo progetto di vita è quello di vivere e lavorare all'estero, tagliare il cordone ombelicale e partire. Partire è scoprire altre persone, altre civiltà e altre culture, consente di acquisire "self confidence" e di rafforzare il carattere. Ai giovani che mi chiedono consigli su come intraprendere questo tipo di carriera consiglio di partire e affrontare il mondo del lavoro in prima persona, meglio se con una buona base di formazione che poi si può eventualmente approfondire in seguito, per capire il

settore e porre le basi delle proprie competenze operative. Un percorso diverso, concentrato sulla formazione teorica, rischia invece di formare personale che risulta da una parte troppo qualificato, ma dall'altra non preparato a svolgere lavori che richiedono un bagaglio diverso. La troppa qualificazione può produrre effetti negativi in termini motivazionali, facendo sentire il giovane sprecato per determinati ruoli, che invece devono essere svolti con disponibilità. I giovani inoltre devono acquisire conoscenze negli ambiti che man mano diventano importanti per l'hotellerie, come per esempio l'informatica.

Viaggiare e imparare le lingue è importante perché saper comunicare è fondamentale. È fondamentale parlare con padronanza l'inglese, il francese, il tedesco per essere "problem solving". Se si ha un cliente di fronte, non si può fargli capire di essere in difficoltà con la lingua: bisogna essere sempre in grado di rispondere in modo adeguato, secondo il bon ton e usando il lessico giusto. È fondamentale trovare sempre e comunque il modo di comunicare più adatto alla situazione. Non bisogna mai farsi trovare in difficoltà nel rispondere.

Quanto è importante la formazione? All'Hotel Molino Stucky Hilton, dove lavoro attualmente, mi occupo anche della selezione del personale, e di colloqui di lavoro ne ho fatti molti, fin dall'apertura dell'hotel. Siamo sempre alla ricerca di nuove leve, di nuova "linfa", in un continuo "work in progress". Chi soggiorna al Molino Stucky



sull'Isola della Giudecca ha esigenze completamente diverse da chi predilige il centro di Venezia. L'Hotel è adatto sia per un turismo di piacere che per viaggiatori d'affari - il centro congressi del Molino Stucky è il più ampio e attrezzato di Venezia - e il nostro obiettivo è di fornire i servizi, le strutture e la qualità adatti a soddisfare le esigenze di tutti gli ospiti. Chi viaggia per piacere vuole un'attenzione particolare, vuole essere coccolato, mentre i delegati che viaggiano per lavoro ricercano organizzazione ed efficienza. Occupare tutte le 379 camere tutti i giorni

dell'anno non è una sfida facile, soprattutto a causa della recente recessione economica, per questo cerchiamo di soddisfare al massimo gli ospiti in modo da eccellere nel mercato per la qualità della struttura e dei servizi. Ritornando alla mia esperienza, dopo aver frequentato la scuola alberghiera in Svizzera ho lavorato al ricevimento per 5 anni e successivamente in Inghilterra, dedicandomi a tutti gli altri reparti operativi. Conoscere il lavoro degli altri reparti aiuta a sviluppare una conoscenza delle

Chi è Stefano Squecco

Stefano Squecco, friulano (più precisamente carnico), è nato il 18 dicembre del 1962. Si è diplomato nel 1982 presso l'Istituto Tecnico per il Turismo "J.F. Kennedy" di Gorizia. Nel 1984 ha conseguito un Graduate in "Discipline Turistiche" presso l'Università Bocconi di Milano. Nel 1987 ha conseguito il Bachelor Degree in "Hospitality and Tourism Management" presso il Glion Institute of Higher Education di Glion sur Montreux, Svizzera. La sua carriera è iniziata nel 1986 come Reservation Officer, Front Office, Night Manager presso l'Hotel des Trois Couronnes (5 stelle) di Vevey, in Svizzera. Dal 1988 al 1991 ha lavorato presso l'Hilton on Park Lane (5 stelle) di Londra, prima come Assistant Senior Chief Steward per poi coprire il ruolo di Chief Steward.

Dal 1991 al 1993 ha lavorato presso l'Hotel Regent's Park Hilton di Londra come Assistant Conference and Banqueting Manager e poi come Room Service and Breakfast Manager.

Dal 1993 al 1994 ha lavorato presso il Lanesborough Hotel (5 stelle) di Londra come Assistant Restaurant Manager.

Dal 1994 al 1997 ha lavorato presso l'Hotel Conrad International (5 stelle), Chelsea Harbour, di Londra come In Room Dining and Butler Service Manager. Dal 1997 al 2004 ha lavorato presso l'Hotel Cipriani della Orient Express Hotels (5 stelle) di Venezia, come Food and Beverage Manager in charge of C&E (Sales & Operation).

Dal 2004 al 2006 ha lavorato presso l'Hotel Monaco & Grand Canal (4 stelle) di Venezia come Vice Direttore.

diverse problematiche e può contribuire a trovare soluzioni innovative. Conoscere il lavoro dei colleghi consente di capire quali sono le cose che ci si può reciprocamente attendere e quali i limiti da non superare.

Vorrei ritornare all'attitudine al servizio. Ricordo che nel primo cinque stelle svizzero in cui lavorai risiedeva una contessa che trascorreva i 6 mesi estivi in albergo in riva al lago di Ginevra e i 6 mesi invernali in albergo a Parigi. Dalla sua stanza, sulle cui pareti erano appesi i ritratti di famiglia della contessa, si sentiva provenire musica classica e io, che venivo dalle montagne della Carnia, con la musica classica avevo poco da spartire. Quella è stata comunque l'occasione per far nascere in me una sensibilità particolare. C'era anche un elegantissimo aristocratico inglese che viveva tutto l'anno in albergo. Ho avuto la fortuna di vivere quegli anni molto belli. Ricordo che quel Lord aveva un particolare interesse per l'arte e ciò mi dava l'occasione per pormi una serie di domande a cui piano piano trovavo risposte. Frequentare queste persone mi ha portato ad avere se non una cultura, almeno una sensibilità particolare e accrescere la mia cultura personale.

Per chi lavora al ricevimento, alla portineria o al ristorante, intavolare una discussione su un brano musicale o sulla luce di un quadro è elemento importante nei confronti del cliente che si aspetta quell'attenzione in più. I giovani studenti di oggi non dovranno essere solo persone che servono al ristorante o che fanno il check-in, ma dovranno essere persone che portano esperienze, umanità e tutto ciò che è importante per poter dialogare con il cliente che hanno di fronte. Conoscere Venezia non è solo andare a San Marco, ma andare oltre. Questo "oltre" lo dobbiamo conoscere noi per informare, per educare: dobbiamo essere in grado di far capire all'ospite che dentro a Palazzo Pisani Moretta c'è un bellissimo salone ancora illuminato solo da candele con meravigliosi affreschi del Tiepolo. Guidare il cliente alla scoperta dei luoghi, delle abitudini, del gusto, della gastronomia deve essere una nostra missione. Durante i colloqui di lavoro incontro moltissimi ragazzi e ragazze che hanno frequentato le scuole superiori o



l'università: devo ammettere di non aver mai fatto loro una domanda tecnica. Compito del selezionatore è infatti anche quello di intuire le potenzialità della persona che si ha di fronte, andando oltre a quello che si vede.

Tutti mi accusano di eccessiva severità: mi sono trovato davanti persone che si sono messe a piangere. In un primo momento non cerco chi sa lavorare con il computer. Quando arrivai al Cipriani di Venezia, ed ero Responsabile della Ristorazione, non avevo mai utilizzato un computer in vita mia: ero ancora della vecchia scuola, cameriere sì, ma non abile con il computer. Mi sono dovuto adeguare molto velocemente e lo sto ancora facendo perché Hilton richiede sempre nuove competenze e requisiti tecnici. Durante i colloqui di lavoro voglio capire chi ho effettivamente davanti a me e a volte ci sono delle persone che, per la tensione, crollano e piangono: do loro comunque la possibilità di ritornare l'indomani. Faccio

domande trabocchetto perché voglio vedere l'emotività delle persone, il loro spessore umano, la loro capacità di adeguarsi velocemente, la loro volontà di apprendimento. Voglio capire chi sono veramente perché su quello posso cominciare a costruire qualcosa. Il risultato è ottimo. Alcuni erano solo due mani che si destreggiavano abilmente sulla

tastiera: ora sono operatori completi, affrontano clienti e computer con la stessa destrezza, con la medesima sicurezza. La prima cosa che ricerco è la flessibilità, è la disponibilità che non può mancare mai: se a una persona del ricevimento chiedo gentilmente di eseguire qualcosa che esuli dalle proprie solite mansioni, questa persona deve avere la prontezza di spirito di affrontare anche l'imprevisto perché non ci si può più permettere di occuparsi solo ed esclusivamente del proprio reparto.

Hilton all'interno delle proprie strutture offre al personale la possibilità di crescere. I grandi gruppi alberghieri hanno visto lontano in questo senso, perché avevano capito di non poter trovare sul mercato le persone adatte per la specifica necessità. Hilton Worldwide tiene d'occhio gli elementi più meritevoli tra le nuove leve per dare loro la possibilità di migliorare dal punto di vista professionale: esperienze all'estero, corsi di formazione o training incrociati da un reparto all'altro.

Hilton come altre catene alberghiere ha al suo interno un Trainer Manager al fine di far crescere il proprio personale, per istruirlo, per formarlo secondo quanto l'azienda prevede: tutto questo a significare come il training sia fondamentale per affrontare quotidianamente i compiti legati alle necessità di un hotel.

Capacità di interpretare, capacità di saper trovare nel proprio bagaglio di studi ed esperienze l'elemento più adatto per affrontare ogni situazione, sia essa di maggior o minore difficoltà, risolvere situazioni difficili sono qualità che ricerchiamo e sviluppiamo in ogni persona che lavora all'interno della struttura.

Parlavo del Cipriani. Ho vissuto nove anni in questa struttura e devo ammettere che lì ho imparato cose che auguro a tutti di poter imparare. Al Cipriani il Direttore era il Dottor Rusconi, un Direttore che ha fatto scuola nel mondo alberghiero,

un Direttore che era percepito come essere poco clemente, focalizzato nel soddisfare il cliente, sempre molto esigente. Si deve cercare la perfezione: la perfezione il dottor Rusconi l'ha cercata ovunque, in ogni angolo e dettaglio del suo albergo, e, non a caso, il Dottor Rusconi e il Cipriani sono

stati punti di riferimento nell'industria alberghiera di lusso. In una certa fase della mia carriera mi sono reso conto che avevo bisogno di un ambiente più dinamico, forse meno ricco di glorie del Cipriani, ma un ambiente che mi offrisse nuove sfide e occasioni di sviluppo. Era tempo per me di dare una svolta.

Sono passato così prima all'Hotel Monaco come Vice Direttore e poi al Molino Stucky dove ho ricevuto e continuo a ricevere una formazione mirata e specifica per sviluppare al meglio il mio ruolo e prepararmi per nuove sfide professionali.

Hilton, come grande Gruppo internazionale, comprende che per far fronte alle continue sfide del mercato deve formare il proprio personale continuamente proponendo una formazione che parte dalla base. Chi entra in Hilton deve assolutamente partecipare ai corsi, in primo luogo per conoscere la struttura stessa: è importante che tutti

comprendano il proprio ruolo all'interno di una compagnia così grande. In una così grande azienda il singolo è solo un anello di una lunga catena, il singolo non può risolvere tutti i problemi, il singolo risolve i problemi come parte dell'azienda, l'azione di ciascuno ha un peso determinante per il prestigio e il successo della squadra. Per questo ci sono grandi investimenti per la costruzione di uno spirito di gruppo, per trasmettere a ogni singolo addetto la filosofia aziendale, per fargli capire l'importanza che ognuno assume in un quadro più ampio ma senza dimenticare il singolo e il suo bisogno di crescita.

Al fine di coordinare il lavoro di un team tanto grande e complesso, alla base del lavoro quotidiano ci sono gli standard. Gli standard sono le caratteristiche base di qualsiasi grande compagnia che la rende uniforme e, soprattutto, riconoscibile dai clienti in tutto il mondo.



Quando vi siederete in un Hilton in Arizona troverete gli stessi piatti tra gli Hilton Classics che ci sono a Venezia, troverete lo stesso caloroso benvenuto, lo stesso servizio inappuntabile. Una catena alberghiera non vive se non ci sono degli standard che caratterizzano tutta la catena. La catena alberghiera non vive se non ha degli standard che accomunano

tutta la catena. In tutti gli hotel Hilton Worldwide vengono insegnati i fondamenti del Gruppo (Consistency, Hassle Free, Inspirational, Personalized), principi a cui tutte le persone che lavorano per Hilton devono attenersi per rendere il prodotto Hilton un prodotto vincente sul mercato. Per l'ospite è importante sapere che in tutti i nostri hotel le cose vengono trattate allo stesso modo, in maniera semplice e senza recare alcuna complicazione: cerchiamo di fornire il massimo dell'ospitalità e assistenza a tutti i nostri ospiti.

Inspirational: vogliamo che le persone che lavorano da noi siano "problem solving" e cerchino in sé stesse l'ispirazione per risolvere i problemi.

Personalized: è vero che in ogni albergo l'ospite trova il classico club sandwich, ma è altrettanto vero che a Venezia trova le castraure mentre a Parigi le ostriche. Siamo un Gruppo alberghiero, parliamo di standardizzare un

prodotto ma crediamo anche che ora più che mai ci sia il bisogno di personalizzare: il cliente deve sentirsi tranquillo e non spaesato, ma allo stesso tempo deve essere libero di provare, di osare, di avventurarsi in un universo diverso dal suo, se lo vuole.

L'emozione è quello che rimane nel ricordo, quello che l'ospite mantiene nel cuore, che è dunque un valore aggiunto che non è qualche cosa di materiale, ma più prezioso. Non va dimenticato che l'emozione è anche di chi lavora per costruirla: vedere un ospite soddisfatto dà senso al nostro lavoro ed è una motivazione per continuare a impegnarsi al massimo.

Un aspetto interessante, per capire che cosa sia uno standard, è il momento dell'accoglienza e del commiato dell'ospite, non più chiamato check-in e check-out. Per Hilton queste due parole, che non avevano altro senso che "entrare" e "uscire", sono state cambiate perché è il senso che deve cambiare: l'accoglienza deve essere un benvenuto, non una semplice registrazione, il soggiorno deve essere personalizzato e al momento del commiato deve esserci l'attenzione per quella che è la soddisfazione dell'ospite e l'esperienza che ha trascorso all'interno della struttura.

Interagire con il cliente è fondamentale. Il segreto di un'accoglienza speciale infatti non sta tanto nella competenza professionale, per quanto sia importante, ma sta piuttosto nella componente emozionale dell'interazione, che conta moltissimo perché è questa a trasmettere l'emozione dell'arrivo in un luogo: nelle modalità dell'accoglienza, nelle parole, nel calore, nello stile. A fare la differenza tra un'accoglienza corretta, per quanto professionale, e un emozionante benvenuto è evidente che sono le persone: si può essere formalmente ineccepibili e professionalmente impeccabili, ma se l'interazione personale è fredda, si vanifica anche la sensazione di essere accolti dove si è benvenuti.

La formazione all'interno del Gruppo Hilton non si fa solo una volta al mese ma quotidianamente.

Ogni reparto ha un Trainer che partecipa a dei corsi curati dal Training Manager in modo tale che la formazione e l'informazione del personale siano continue e capillari. Tutti nel reparto devono conoscere le procedure, i possibili problemi che si possono incontrare e le azioni per risolverli: Training Manager e Team Coach sono un supporto per tutti i Team Members. A un livello intermedio nella gerarchia dell'albergo ci sono i Supervisors/Capi Reparto

che si occupano delle dinamiche interne di reparto per garantire l'operatività del reparto stesso. I Supervisor/Capi Reparto sono formati per capire le dinamiche di gruppo, cosa significa essere un leader, come impostare una comunicazione efficace, imparare validi sistemi di controllo, individuare personale più meritevole per attivare quelle leve motivazionali al fine di fidelizzarlo perché patrimonio preziosissimo per l'azienda.

I corsisti si ritrovano in diversi Hilton sparsi nel mondo dove hanno l'opportunità di condividere le proprie esperienze, fanno "netting" e allo stesso tempo apprendono elementi di gestione oltre ad approfondire e perfezionare le nove competenze previste dal Gruppo da sviluppare in ogni Manager ai diversi livelli, che sono: People Management, Influence, Communication, Developing Relationships, Planning, Analysing Information, Decision Making, Business Development, Drive e Resilience.

Negli Hilton ci sono quattro Direttori di Funzione uno di questi è il Direttore Operativo, ruolo che attualmente ricopro. Al vertice della gerarchia, a coordinamento dei quattro Direttori si trova il General Manager.

Tutti i direttori seguono un corso che dura 12 mesi e spazia su tutte le competenze che caratterizzano la filosofia Hilton. Per diventare Direttore o General Manager è necessario superare un esame che attesti la preparazione del candidato ed eventualmente identifichi le lacune da approfondire, preparazione vasta e articolata, necessaria per affrontare la complessità del moderno mercato. Tutto il personale Hilton ha diritto, fin dal primo giorno di lavoro, ad accedere a Hilton University, dal cameriere al GM. Hilton University è un servizio di formazione "online" organizzato dal Gruppo in cui ogni Team Member può trovare corsi di formazione adatti alle sue necessità e aspirazioni. Hilton dà grande importanza a questi corsi e investe molto denaro per rinnovarli costantemente: personalmente seguo diversi corsi e credo che l'ampiezza e la flessibilità degli stessi siano il segreto che li rende interessanti e utili.

I corsi sono numerosi e tradotti nelle principali lingue: italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, mandarino e turco.

Alla fine di ogni corso c'è un test relativo allo stesso che il corsista deve superare rispondendo correttamente almeno all'80% delle domande. Nel caso in cui il test non venga superato, il corso deve essere ripetuto.

Il Training Manager segue il planning formativo globale e

supporta chi richiede un aiuto a un particolare passaggio o argomento. Il Training Manager così può costruire una mappatura del personale e capire chi è pronto per crescere all'interno della gerarchia grazie alle competenze acquisite. E per finire, ricorderei che all'impegno è necessaria una certa propensione al sacrificio, ricordando che l'esperienza paga sempre e se si è spinti dalla passione, sarà un viaggio entusiasmante.

Il sacrificio personale, il desiderio di fare bene il proprio lavoro, a volte anche trascorrendo molte ore in albergo, sono la chiave del successo ma non senza un'adeguata formazione: "work in progress"!

OLTRE ALL'IMPEGNO È
NECESSARIA UNA CERTA
PROPENSIONE AL SACRIFICIO,
RICORDANDO CHE
L'ESPERIENZA PAGA SEMPRE.
IL DESIDERIO DI FARE BENE
IL PROPRIO LAVORO, A VOLTE
TRASCORRENDO MOLTE
ORE IN ALBERGO, SONO LA
CHIAVE DEL SUCCESSO MA
NON SENZA UN'ADEGUATA
FORMAZIONE.
SE SI È SPINTI DALLA
PASSIONE, SARÀ UN VIAGGIO
ENTUSIASMANTE!





7/Carlo Tixe

Tixe Hotels, Arenzano

la Famiglia al primo posto



Sono nato nell'ottobre del 1946 ad Arenzano, 18 chilometri a Est di Genova. I Tixe sono presenti ad Arenzano dal 1500, quando vi arrivarono proveniendo dalla Scozia. Furono mercanti, militari, imprenditori. Ad Arenzano i Tixe ebbero fino a sei industrie della carta. Il mio bisnonno era un costruttore edile. Mia padre Lorenzo detto Mario, nato nel 1907, era l'ultimo di quattro figli. Quando era un piccolo scugnizzo con i piedi scalzi frequentava Villa Gin, una bella villa ottocentesca che chiude Arenzano verso Genova. Il proprietario della villa aveva solo figlie femmine. Chiese al bisnonno di poter adottare il piccolo Mario. Il bisnonno rifiutò. Sessant'anni dopo Mario Tixe avrebbe acquistato la villa assieme alla moglie Maddalena per trasformarla in albergo, l'Ena Hotel. Sarei stato io, poco più che ventenne, a condurre in porto le trattative di acquisto.

Mia madre era una Calcagno, altra famiglia storica della Riviera di Ponente. Il suo è il ramo dei costruttori. Il mio bisnonno materno a quarant'anni si ritirò dagli affari

perché era in grado di vivere di rendita.

Possedeva i terreni migliori di Arenzano nella zona dove è stata costruita la nuova stazione ferroviaria. Oggi c'è viale Carlin (da Carlo Calcagno) che lo ricorda. I Calcagno ad Arenzano hanno costruito il Grand Hotel, l'Hotel Miramare, l'Albergo Roma, la chiesa parrocchiale. I Tixe e i Calcagno hanno collaborato spesso.

Dopo il servizio militare in Marina, Mario Tixe andò a lavorare all'Ansaldo di Genova, di cui sarebbe diventato un alto dirigente. Anni dopo vi andò a lavorare Maddalena Calcagno. Mario Tixe era uno scapolo impenitente, Maddalena, classe 1920, era una splendida ragazza di 13 anni più giovane. Si innamorarono e si sposarono nel 1945. Io nacqui l'anno seguente e rimasi figlio unico. Sul finire degli anni Cinquanta una legge dello Stato italiano imponeva che nelle aziende di Stato non potessero lavorare i coniugi. Così mia madre si licenziò e iniziò a lavorare ad Arenzano come amministratrice di condominii. Nel 1961 fu posta in vendita una piccola pensioncina di quattro camere con trattoria, la Pensione del Sole, nella parte storica del paese. La precedente conduttrice era morta, il figlio era un marittimo e non voleva proseguire l'attività. Mario e Maddalena l'acquistano. Maddalena, detta Ena, ne diventa la cuoca, coadiuvata da mio padre quando arriva a casa la sera in genere dopo le 18.30.

Studiavo di giorno e aiutavo a servire ai tavoli la sera. L'estate si lavorava a tempo pieno, dal mattino presto fino a notte fonda. Era scoppiato il boom del turismo in riviera. Gli ospiti arrivavano soprattutto dalla Pianura Padana: bergamaschi, comaschi, pavese, milanesi. Alle 11 di sera quando si pensava di aver finito magari arrivavano nuove comitive e si ricominciava a servire a tavola. La mia famiglia mi ha inculcato la religione del lavoro. Il loro esempio era più che sufficiente per non sentirmi mai stanco. Mai lavorato così intensamente come in quegli anni. Si lavorava tanto ma si guadagnava anche tanto.

In soli sei anni i miei riuscirono a mettere via un vero e proprio capitale. Mia madre aveva compreso perfettamente ciò che voleva quell'esercito di turisti che si riversava in riviera: mangiare tanto e genuino. Per dormire si adattavano anche in quattro in una camera, l'importante era sentirsi appagati quando si mettevano a tavola, a mezzogiorno come alla sera. Era gente che era sopravvissuta alla guerra, ai bombardamenti, alla miseria. Erano tornati a vivere e volevano godersi la vita come non era accaduto alle generazioni precedenti.

C'era il boom dell'economia postbellica. Le quattro camere dell'inizio erano cresciute in quegli anni acquisendo appartamenti nelle vicinanze che venivano affittati ai turisti durante l'estate.

Frequentavo l'istituto tecnico industriale di Savona dove mi sono diplomato come perito elettrotecnico. Mai esercitato. Il mio talento è sempre stato accogliere e ospitare.

Nel 1967, mentre riposano dopo una passeggiata su una panchina proprio di fronte a Villa Gin, una conoscente informa i miei genitori che la villa è in vendita. Villa Gin costò 66 milioni di lire. La acquistammo dai Rolle-Rosazza, gli eredi. Con quella cifra all'epoca compravi 11 appartamenti. Ci vollero altri 50 milioni per trasformarla in albergo. Nel giugno del 1968 apre i battenti l'Ena Hotel, tutte le 16 camere con bagno. Andavo per i 22 anni. Ricordo quando andai a Torino per perfezionare l'acquisto. Ci andai con un fiat 500 giardinetta. I miei interlocutori erano professionisti di grido. Per l'emozione, svenni durante le trattative.

Nel 1972 alzammo l'albergo di un piano, aumentandone la capacità di 7 camere portandole a 23, realizzammo la veranda esterna, costruimmo l'ascensore. Lo portammo alla categoria delle 3 stelle. Due anni dopo esplose la prima grande crisi del petrolio che rappresentò una

notevole mazzata per il turismo. Fu un momento di panico: avevamo molti debiti. In realtà in un'epoca di inflazione elevata avere debiti diventava un investimento sul futuro. Le rate diventavano sempre più leggere a mano a mano che l'inflazione erodeva il valore iniziale del debito. I prezzi salivano seguendo la spirale dell'inflazione, i debiti no. L'inflazione arrivò a superare il 22 per cento su base annua. Ricordo che negli anni Novanta stipulai mutui al 18 per cento di tasso di interesse. Paradossalmente, per chi nella mia generazione ha svolto un'attività commerciale l'inflazione ha rappresentato un grosso vantaggio.

A metà anni Ottanta ci accorgemmo che esisteva una tipologia di clientela cui non avevamo mai pensato: quella business. Noi si lavorava, come tutti in riviera, nei soli mesi estivi. L'Hotel Méditerranée di Genova Pegli quando era in overbooking incominciò a richiederci delle camere fuori stagione per i suoi ospiti business. Era una clientela di qualità superiore e ripetitiva durante tutto l'anno. Andai a trovare i portieri dell'albergo di Genova e gli proposi una percentuale sui clienti che ci avessero inviato. Fu un successo. L'autostrada Genova-Arenzano è del 1956. È stato uno dei primi tratti realizzati in Italia dopo la seconda guerra mondiale. La bretella autostradale del Turchino è degli anni Ottanta. Successivamente è stata aperta e ampliata la Savona-Torino. Arenzano si è ritrovata così a essere baricentrica rispetto agli assi autostradali del Ponente ligure che la collegano velocemente con la Francia a Nord e la Pianura Padana a Ovest.

La clientela business ci ha insegnato un nuovo tipo di ospitalità più attenta all'efficienza e al rigore professionale. È la clientela che dà una grande importanza al buffet breakfast del mattino, che gli consente di arrivare fino a cena mangiando un panino veloce a metà giornata. Poi scopri che anche la clientela leisure apprezza una ricca colazione assai variegata di primo mattino. Diventa un valore aggiunto. La clientela business è una clientela ripetitiva durante l'intero arco dell'anno: ciò significa che ne devi tener conto anche nel cuore dell'estate evitando di andare in overbooking e soprattutto di penalizzarla. Le aziende così come sanno essere fedeli con la stessa velocità ti abbandonano al primo intoppo. Sei tu che devi essere sempre problem solving, anche quando è il cliente azienda a sbagliare. È una clientela fedele, che promuove l'albergo con la tecnica del passaparola, che fattura tutto. Oggi siamo arrivati a quasi 200 convenzioni aziendali per i nostri due alberghi. Grazie anche all'abitudine a ospitare

questa tipologia di clientela possiamo vantare la massima trasparenza dei nostri conti aziendali. La clientela business inoltre si sposa perfettamente con quella leisure perché la prima viene in albergo dal lunedì al giovedì, quella leisure dal venerdì alla domenica. Per noi significa poter vantare tassi di occupazione del 70/80 per cento su base annua. In passato gli alberghi avevano meno costi fissi sia di personale che soprattutto di manutenzione. Non c'era l'aria condizionata, non c'erano i Centri benessere, le mance integravano e non poco la busta paga. Le mance sono scomparse, le buste paghe sono sempre più onerose, Fisco e Guardia di Finanza hanno cancellato le scappatoie del passato, l'hardware dell'albergo è sempre più ricco e complesso e assai costoso da mantenere. Il cliente è cresciuto e sa farti i conti in tasca. Non puoi più permetterti la stagione corta: rischi di chiudere. Chi non è in grado di investire in modo serio almeno ogni quattro anni per sviluppare e migliorare il suo prodotto, non ha futuro. Il mondo cambia e devi cambiare altrettanto velocemente. Ricordo quando abbandonammo il concetto della pensione completa: era il 1987. Era finita un'epoca. Non ho frequentato la scuola alberghiera perché in albergo lavoravo fin dall'adolescenza. Ho preferito studi tecnici che mi sono serviti soprattutto per l'inquadramento mentale che ti conferiscono. Affronti la vita con un atteggiamento scientifico ma anche pragmatico. La mia vera scuola sono state le persone che ho frequentato. Mi riconosco una buona capacità di giudizio nel giudicare il mio prossimo. Amo frequentare chi mi può insegnare qualcosa, e di imparare non si finisce mai. Con coloro con i quali stabilisco un intenso scambio professionale cerco di diventare anche amico. Molte delle mie amicizie più intense e durature sono nate in questo modo. Quando ero giovanotto, frequentavo il gestore del Grand Hotel di Arenzano, il signor Coscia. Era un piemontese del Lago Maggiore, un professionista arrivato già ai sessant'anni. Gli facevo da autista quando andava a Genova all'Associazione albergatori. Mi sono abbeverato alla sua esperienza di vita e di lavoro. Mi ha introdotto a un mondo, quello dell'associazionismo, che è stato un altro palcoscenico che ho calpestato tutta la vita. La Federalberghi, di cui sono il presidente per la provincia di Genova. Logis d'Italia, di cui sono stato presidente per diversi anni. I Lions di Arenzano, di cui sono stato segretario prima, presidente poi. L'associazionismo ti

mette in contatto con le migliori esperienze professionali sia del tuo mondo professionale che del territorio in cui vivi. Ti consente di conoscere alla fonte le informazioni indispensabili per poter svolgere il tuo lavoro nel migliore dei modi. Penso solo ai finanziamenti agevolati provinciali, regionali, nazionali ed europei cui ho attinto per poter sviluppare le mie aziende alberghiere. Se non conosci, ignori. Ignori le tendenze in atto. Ignori ciò cui hai diritto. Ignori le opportunità che ti circondano. Ignori i professionisti che ti possono aiutare a raggiungere i tuoi obiettivi. Ignori i consulenti che ti possono aiutare ad allargare i tuoi orizzonti culturali. Impara a gestire con la massima onestà culturale, e con la necessaria prudenza politica, il tuo ruolo che non è solo quello di albergatore ma anche di colui che gestisce uno dei presidi del territorio più sensibili ai bisogni di chi viaggia come di chi deve incontrare persone: dal politico all'imprenditore. Da noi si riuniscono tutti i partiti presenti sul territorio dal PD all'IDV alla Lega al PDL come in passato dalla DC al PCI al PSI. L'albergatore è un testimone del suo tempo e come tale non si schiera mai pregiudizialmente. Quel che gli albergatori devono saper fare semmai è un'attività di lobbying che gli consenta di migliorare la qualità professionale della loro attività. Dobbiamo poter ampliare i nostri alberghi e dotarli dei servizi che l'ospite contemporaneo richiede. Gli alberghi devono poter allargare camere e bagni mantenendo dimensioni quantitative sufficienti a giustificare il conto economico dell'azienda e realizzare Centri benessere che godano della luce del sole. Il territorio deve migliorare la sua accessibilità e la qualità del suo decoro urbano oltre che il ripristino di quello naturale. Ci vogliono leggi che favoriscano questi processi. Questa è l'attività di lobbying nella quale dobbiamo impegnarci. È il motivo per il quale ho assunto ruoli significativi in Commissioni di lavoro della Regione Liguria, nella Camera del commercio di Genova, nel parco



naturale del Beigua, in APT.

Amo l'attività alberghiera. Amo gli alberghi. È un'attitudine che ho assorbito dai miei genitori e che per fortuna ho trasmesso anche ai miei figli.

Mia moglie Livia l'ho conosciuta in albergo. Era la più bella delle nostre ospiti. È stato un colpo di fulmine reciproco. Ci siamo sposati nel 1971. L'anno dopo è arrivata Maddalena, nel 1976 è stata la volta di Valerio. Livia è una friulana di Cividale del Friuli. È gente unica, come recita lo slogan

della loro promozione turistica. È gente solida, abituata a lavorare. È entrata immediatamente nell'attività dell'Ena con una piccola quota. È sempre stata il mio braccio destro sul lavoro e nello stesso tempo è stata una mamma formidabile. Nella famiglia Tixe esiste una legge aurea: la famiglia rappresenta un legame di sangue inscindibile ma è anche un'azienda con ruoli e aspettative assai ben definite. È un'azienda

con un patrimonio consolidato e un'attività in divenire assai ben disciplinata da patti di sindacato interni. I miei figli sono azionisti alla pari. Mai commesso l'errore di fare preferenze. Dal 1968 abbiamo allargato la nostra attività anche all'acquisizione di un patrimonio immobiliare, costituito soprattutto da appartamenti, che ci desse tranquillità finanziaria.

Mio padre Mario è morto nel febbraio del 1977, dopo una lunga malattia. Lo accudivamo a turno in albergo, nella camera 102. Mia madre Ena è morta nel 2003.

Nel 1991 seppi che una catena alberghiera francese, i Campanile, aveva effettuato uno studio di fattibilità per realizzare un albergo di fronte all'uscita dell'autostrada di Arenzano, sul poggio che sovrasta l'abitato cittadino da 200 metri di altezza. I francesi decisero di non dar seguito all'iniziativa. La cosa mi incuriosì. Lessi sulle riviste specializzate del nostro settore che c'era una tendenza, nata negli Stati Uniti negli anni Cinquanta e arrivata in Europa negli anni Ottanta, a costruire alberghi all'uscita degli svincoli autostradali. Erano alberghi ricercati da chi

viaggiava in automobile, per lavoro come per diporto.

Noi lavoravamo all'Ena anche con la clientela business e constatai che effettivamente quella era un'esigenza reale e concreta. Andai a Parigi e acquistai il progetto. Facemmo una corte serrata ai contadini che erano proprietari dei terreni in questione per poterli acquistare. Ricordo che io e Livia ci presentavamo con gli abiti più dismessi che avevamo per non metterli in soggezione. Il terreno ci costò 550 milioni di lire. L'albergo in totale ci costò 5,5 miliardi di lire, il nostro patrimonio immobiliare assommava a 4 miliardi di lire. Inaugurammo il Poggio Hotel il 29 settembre del 1994 con la presenza di tutte le autorità politiche del territorio e con una festa sfarzosa.

L'Hotel Poggio, categoria 4 stelle, ha 40 camere (di cui 4 suite e 2 junior suite), con le camere al piano terra sui lati esterni dell'edificio con entrata indipendente e parcheggio davanti all'entrata della camera e garage coperto per le camere dei due piani superiori. Quando acquistai il terreno, molti colleghi mi dettero del matto. Gli alberghi si costruivano fronte mare! Avevo intuito invece che c'era un grande mercato per questo tipo di albergo. L'albergo fu realizzato con infissi a prova di rumore (l'autostrada è a 500 metri), con camere ampie, belle, comode soprattutto per chi ci vuole lavorare, con bagni confortevoli e luminosi (i soffitti sono dorati). Abbiamo curato attentamente la climatizzazione, che non deve essere mai rumorosa o invasiva. Abbiamo realizzato anche una piccola piscina all'aperto con un solarium sopra la sala riunioni che è posta in un locale autonomo vicino alla piscina. A 20 anni di distanza abbiamo coperto la piscina integrandola nella hall dell'albergo dotandola anche di una vasca idromassaggio per garantirne la fruibilità tutto l'anno. Ne è risultato un ambiente assai confortevole quanto luminoso. Il prossimo anno amplieremo l'albergo aumentando le camere e dotandolo di nuove sale riunioni. È stato un successo continuo e costante. Oggi vantiamo 25.000 presenze l'anno con tre turni ininterrotti di portineria. Siamo presenti su tutti i maggiori portali di promozione in Internet. L'albergo dispone anche di un bel ristorante, La Buca, dotato di entrata indipendente e ampio parcheggio autonomo. Lo affidammo a una giovane coppia, lui in cucina, lei in sala, che lo gestisce ancora dopo così tanti anni. Lavoriamo in stretta sinergia ma anche in assoluta indipendenza. Quell'esperienza l'abbiamo ripetuta all'Ena quando abbiamo realizzato il ristorante Gli Archi. A breve grazie all'aumento della volumetria del 30 per cento che ci



è stata riconosciuta innalzeremo di un piano l'Ena Hotel. Nel 1974 la crisi del petrolio, che rischiò di bloccare l'arrivo dei clienti della Pianura Padana costretti ad andare a piedi nelle loro città, nel 1992 l'affondamento della petroliera Haven proprio davanti alle nostre coste, con un impatto mediatico terribile e il rischio di comprometterne la balneabilità per sempre, il blocco del cantiere del Poggio per quattro mesi con una perdita di 500.000 lire al giorno. Non avevamo solo amici, l'invidia è un nemico assai subdolo quanto pericoloso. Quanti rischi, quanti patemi d'animo, quante notti insonni.

E poi le malattie dei tuoi cari, di mio padre prima, di mia madre poi, operata di tumore alla gola proprio mentre stavamo costruendo il Poggio. È in quei momenti che ti rendi conto che la salute e la famiglia sono i due beni più preziosi che possediamo in vita.

La famiglia è sempre stata al centro della mia vita. Prima mio padre e mia madre, persone fantastiche che mi hanno insegnato a vivere. Poi la mia famiglia, con Livia, Maddalena e Valerio. Entrambi i miei figli si sono diplomati come ragionieri e hanno incominciato a lavorare in albergo appena hanno potuto. Sono sempre stato contrario alle paghettoni ai figli. Devono capire l'importanza del lavoro, lavoro che va commisurato alla loro età ovviamente. Non gli è mai mancato nulla – compreso lo sport e i divertimenti - ma hanno imparato a vivere sempre al di sotto delle loro possibilità. Fino al 1996 non abbiamo avuto una casa nostra. Vivevamo nel seminterrato dell'Ena Hotel. Una camera per me e mia moglie, una camera per i miei genitori, una camera per i miei figli vicino al vano dell'ascensore. Le camere migliori erano per i nostri clienti. Ci siamo sempre divisi i compiti: Livia all'Ena, Maddalena al Poggio, Valerio per la manutenzione degli alberghi e la lavanderia, io come battitore libero. I nostri orari di lavoro vanno dalla domenica alla domenica con sabato e domenica liberi solo se ci si reca fuori da Arenzano. La famiglia si è sempre sacrificata in vista di un obiettivo assai ambizioso: creare un'attività alberghiera e da alcuni anni anche immobiliare che sia proiettata nel futuro, non solo nel quotidiano. Non è stato facile far capire ai miei figli che i sacrifici dell'oggi erano proiettati sul benessere del futuro. Oggi ne sono pienamente consapevoli e partecipi. Maddalena ha famiglia e due figli piccoli, Anna ed Enrico, Valerio aspetta la persona giusta se già non l'ha trovata. Nel 1996 abbiamo finalmente deciso di acquistare casa. Abbiamo trovato due appartamenti nell'edificio sul retro

dell'Ena Hotel. Ci sono costati 900 milioni di lire. In quegli anni ho scoperto anche il golf, l'altra grande passione della mia vita. Nella pineta di Arenzano c'è uno splendido campo da golf.

Nel 1998 abbiamo ristrutturato l'Ena in maniera radicale realizzando anche il ristorante dove avevamo vissuto noi, abbassandone il piano di calpestio, un lavoro impegnativo visto che il mare dista solo 100 metri. Abbiamo creato un albergo che fosse innanzitutto una bomboniera in

riva al mare per i nostri clienti, nei quali sentirsi coccolati. Abbiamo speso una fortuna per creare un albergo di categoria 3 stelle che offrisse un comfort e un'accoglienza di categoria superiore all'interno di un'antica villa la cui storia affascina e avvolge i nostri ospiti. Siamo una famiglia fortemente unita dal punto di vista affettivo ma siamo soprattutto un'azienda. Abbiamo sottoscritto un patto di

sindacato che enumera nel dettaglio oneri e onori, compreso il fatto che chi entra a far parte della nostra famiglia deve sapere da subito non solo con chi ha a che fare ma anche che gli sarà richiesto di collaborare gratis. Alessandro, il marito di Maddalena, un bravissimo broker finanziario, per me è diventato non solo un terzo figlio ma anche il mio consulente più ascoltato per sviluppare il ramo immobiliare della nostra azienda che a partire dal 2002 ci ha portato ad acquistare diversi immobili a Genova dati in affitto a importanti società di servizi. I nostri interlocutori in questo settore sono diventati gruppi prestigiosi come Coopsette, Redilco, Gabetti. A Montecarlo nel 1997 abbiamo acquistato due appartamenti, uno affittato, l'altro per le nostre vacanze. Il patrimonio immobiliare della nostra famiglia è diventato cospicuo. L'attività alberghiera nel 2008 ha inciso per il 39 per cento sul totale dell'attività del gruppo. Siamo una famiglia unita e un'azienda in costante sviluppo. Tutte le settimane ci riuniamo come consiglio di amministrazione (di cui facciamo parte noi quattro più mio genero



Alessandro), abbiamo un consiglio trimestrale per discutere l'andamento dell'attività nel suo insieme e un consiglio annuale per il bilancio complessivo.

Ne ho parlato poco ma ho sempre presente l'importanza dei nostri collaboratori, spina dorsale dell'attività di un albergo. I nostri collaboratori rappresentano la famiglia allargata dei Tixe. La loro soddisfazione è il presupposto indispensabile per la soddisfazione della clientela. Mi sono



sempre impegnato per aiutarli nella formazione professionale come per risolvere i problemi personali che ogni essere umano porta con sé anche sul lavoro. La nostra è l'attività umana per definizione. Per un gestore il rapporto di fiducia con i propri collaboratori è decisivo. Quando sei assente, l'albergo è completamente nelle loro mani. Lo devono sentire come loro. La fiducia reciproca si costruisce giorno per giorno curando

sia l'aspetto economico che quello umano e sociale. Il nostro è un settore labour intensive, dove la presenza umana è preponderante rispetto a quella tecnologica. Inoltre, è un settore dove è il personale femminile a essere di gran lunga in maggioranza. Sono donne con famiglia, con figli, a volte donne separate con figli. Le gratificazioni economiche vanno di pari passo con il rispetto nei loro confronti, con la battuta per alleggerire il clima di lavoro, con l'interesse nei confronti dei loro problemi personali cercando di aiutare concretamente tutti coloro che fanno parte della grande famiglia alberghiera. Gli orari di lavoro e i turni devono tenere conto di tutte queste esigenze, dei figli che vanno a scuola, delle vacanze scolastiche. La soddisfazione dei collaboratori è il primo indice sicuro per consolidare la soddisfazione dei clienti. Collaboratori soddisfatti sono assai più disponibili a soddisfare la clientela. Ladies and Gentlemen served by Ladies and Gentlemen credo sia più di un fortunato slogan: è la quintessenza del nostro mestiere.

“LADIES AND GENTLEMEN SERVED BY LADIES AND GENTLEMEN” CREDO SIA PIÙ DI UN FORTUNATO SLOGAN: È LA QUINTESSENZA DEL NOSTRO MESTIERE. MI SONO SEMPRE IMPEGNATO PER AIUTARE I COLLABORATORI NELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE COME PER RISOLVERE I LORO PROBLEMI PERSONALI. QUANDO SEI ASSENTE, L'ALBERGO È COMPLETAMENTE NELLE LORO MANI. LA SODDISFAZIONE DEI COLLABORATORI È IL PRIMO INDICE SICURO PER CONSOLIDARE LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI.



L'etica dei tre saperi

Sapere.

**Saper
fare.**

**Saper
essere.**

di MICHELA PERNA,
Socio Hospes



Maurizio Faroldi, originario della città di Bolzano, cresciuto in una famiglia di albergatori; oggi è direttore generale presso l'Hotel Sanpi di Milano e l'Hotel Mediolanum sempre di Milano.

Si è laureato in discipline scientifiche, dopodiché ha conseguito un master in economia del turismo all'università SDA Milano Bocconi, oltre ad aver ottenuto il certificato di sommelier presso AIS Milano.

Da trent'anni è attivo nel settore alberghiero, è stato direttore generale presso differenti e prestigiosi hotel di diverse tipologie in tutta Italia come ad esempio Congress and Business Hotel, Leisure/Touristic Hotel e Thermal/Well-Being Hotels.

Fa parte di tre organizzazioni: l'Associazione Direttori d'Albergo, di cui è presidente, di ADA Lombardia, Confindustria alberghi e Assolombarda Gruppo terziario turistico.

UN BUON PROFESSIONISTA
CHE LAVORA NEGLI
ALBERGHI DEVE AVERE
DELLE CONOSCENZE E
DELLE ABILITÀ EQUILIBRATE
SU TRE SAPERI.
UNO È IL SAPERE,
L'ALTRO È
IL SAPERE ESSERE
E INFINE VI È
IL SAPERE FARE.
UNA VOLTA CHE QUESTI
TRE SAPERI VENGONO
SVILUPPATI IN MANIERA
EQUILIBRATA,
UN ADDETTO HA
DEFINITO UN PERCORSO
DEONTOLOGICAMENTE
E ETICAMENTE
PROFESSIONALE.

Per lei che cosa è l'etica del lavoro?

L'etica professionale del nostro settore è cambiata molto velocemente negli ultimi anni, una volta si basava sulla condotta, sulla volontà, era importante saper comportarsi in un certo modo, avere rispetto del cliente, avere la cultura del servizio; era definito il modo di agire, deontologicamente corretto.

A me piace pensare che un buon professionista che lavora negli alberghi deve avere delle conoscenze e delle abilità equilibrate su tre saperi. Uno è il sapere, l'altro è il sapere di essere e infine vi è il sapere di fare. Una volta che questi tre saperi vengono sviluppati in maniera equilibrata, un addetto ha definito un percorso deontologicamente e eticamente professionale.

Il sapere è davvero una buona cultura di base quando lavori in albergo, non mi riferisco a quella che hai acquisito a livello lavorativo, ma a quella personale. Spesso, si va alla ricerca di ragazzi che hanno una cultura differente e delle passioni legate ad attività che magari non centrano con il loro indirizzi di studio.

Poi c'è il saper fare, ovvero incominciare ad avere prima a livello base, poi superiore, delle cognizioni tecnologiche, e saperle utilizzare in modo appropriato mentre si impara a lavorare e quindi non rimanere basiti e perplessi davanti alla tecnologia.

Infine c'è il sapere essere, che è la cosa più importante per me, perché sapere essere è quella ricerca di equilibrio che tu devi perseguire per rapportarti con te stesso e con gli altri durante il servizio. Vuol dire anche che per lavorare a contatto con un altro essere umano tu devi svegliarti la mattina e essere felice di andare a lavorare, sembra una battuta, ma vuol dire che prima di tutto il resto devi avere un'attitudine, essere una persona positiva e proattiva. Quindi i tre saperi sono quelli che una volta coltivati e sviluppati ti permettono di essere eticamente in linea nel servizio alberghiero.

Secondo lei, al giorno d'oggi è importante possedere e perseguire un'etica del lavoro?

La qualità del servizio passa attraverso l'equilibrio dei tre aspetti che le dicevo prima. La comprensione dell'altro, di se stessi per poi comprendere l'altro,



degli strumenti tecnologici, è importante per poter essere efficienti ed efficaci. Al giorno d'oggi il lavoro non è una cosa a compartimenti stagni, quando tu lavori a contatto con l'ospite anche lui vuole entrare in empatia con te. È assolutamente importante oggi sviluppare questi saperi e metterli in pratica quotidianamente.

SE VUOI ESSERE
RICONOSCIUTO DA
UN CLIENTE COME
UN ALBERGATORE
O COME UN
DIPENDENTE
D'ALBERGO
ATTENTO AI
BISOGNI,
ALLE ESIGENZE,
AI CAMBIAMENTI,
DEVI COMUNICARE
ATTRAVERSO
LA TUA ATTIVITÀ
ATTEGGIAMENTI E
COMPORTAMENTI
ETICI.



Il vostro albergo segue un particolare codice etico?

Negli alberghi si cerca di essere singolari, cioè andare incontro alle esigenze in maniera aggiornata. Oggi è impossibile portare avanti la gestione di un albergo e dei servizi alberghieri senza tener conto dell'etica dei clienti, dei loro costumi, delle loro abitudini. Se vuoi essere riconosciuto da un cliente come un albergatore o come un dipendente d'albergo, che è attento ai bisogni, alle esigenze, ai cambiamenti, devi comunicare attraverso la tua attività atteggiamenti e comportamenti etici. Ad esempio anche in



albergo teniamo dei comportamenti riguardanti la cura dell'ambiente che dobbiamo comunicare ai nostri ospiti. Ovvero, differenziamo tutto ciò che è uno scarto della produzione, usiamo carte certificate sostenibili spiegando che ci siamo rivolti a fornitori che per ogni albero che abbattano vanno a riforestare alcune zone, mettiamo il riduttore di flussi nelle rubinetterie dei bagni per non sprecare l'acqua, infine usiamo prodotti e ingredienti per la cucina che arrivano da località di produzione vicino all'albergo. Tutta questa serie di comportamenti va incontro all'etica di un vivere consapevole e

rispettoso dell'ambiente. Utilizziamo sistemi di raffreddamento o di riscaldamento che devono essere rispettosi degli ambienti, a basso impatto ambientale, scegliendo magari combustibili che non sono degli idrocarburi, cioè facciamo tutte quelle scelte che comunicate all'ospite dicono che noi ci teniamo all'ambiente, come ci tiene anche lui. Questo è etica ed è un qualcosa che non si insegna in un orario di tecnica alberghiera, è proprio una presa di coscienza responsabile, che va oltre quello che è la scuola.

CREDO CHE
NON DEBBANO
ESISTERE ALBERGHI
E CAMERE TUTTI
UGUALI, PERCHÉ
NESSUN CLIENTE
È UGUALE AD UN
ALTRO, NESSUNO
ESPRIME LE
STESSE IDENTICHE
ESIGENZE DI CHI LO
HA PRECEDUTO.



Secondo lei esiste tutt'oggi un'etica per il cliente?

La bellezza nel nostro lavoro è avere a che fare con una globalità di rapporti eterogenei e diversi, pur rimanendo sempre fermi in un posto. La bellezza è la diversità fondamentalmente, la peculiarità. Si possono conoscere clienti che arrivano da tutto il mondo, che hanno educazioni e culture differenti, comprenderli e andare nella loro direzione colpisce moltissimo. Non sono mai stato assolutamente favorevole alla standardizzazione degli hotel, cioè quando gli hotel dovevano essere tutti uguali perché così il cliente, ovunque andasse, si trovava in



un'atmosfera riconosciuta e sempre confortevole. Questo non è il mio pensiero, credo che non debbano esistere alberghi e camere tutti uguali, perché nessun cliente è uguale ad un altro, nessuno esprime le stesse identiche esigenze di chi lo ha preceduto. Oggi, invece, sappiamo che la nostra reputazione è alla mercé del cliente che, appena esce dall'albergo, scrive immediatamente una recensione sui nostri comportamenti. Il cliente ha totalmente cambiato il modo di rapportarci, prima eravamo noi che vendevamo dei servizi alberghieri, adesso invece è il consumatore che compra questi servizi. Decide

cosa acquistare, guardando cosa hanno detto gli altri clienti che hanno già provato quel servizio o quel bene. Questo vale per tutto, non solo per le camere d'albergo. Adesso è il cliente ad avere la leva commerciale. Per me la gente ideale non esiste, ma rimane il cliente soddisfatto, ed è tutto quello per cui noi lavoriamo, rendere un cliente soddisfatto, soddisfare e anticipare i suoi bisogni.

A quali valori un direttore del suo livello deve ispirarsi per intraprendere una carriera come la sua?

Indubbiamente non per lavorare come direttore, ma per lavorare in albergo ci deve essere un'attitudine caratteriale, questo non è un lavoro ordinario, soprattutto per come si sviluppa l'orario di lavoro dei vari addetti. Il fatto che non sia un lavoro comune, introduce un criterio, devi bisogna essere attitudinalmente, caratterialmente vocato per affrontare questo percorso. Devi essere positivo, vieni messo all'interno di un ciclo di produzione, di erogazione di servizi per altri esseri umani, diversi uno dall'altro, che hanno esigenze differenti. Bisogna essere in grado di saper gestire con equilibrio e con un carattere positivo l'attività e i rapporti umani e professionali. Solo così cominci un percorso professionale che ti può portare alla direzione, se hai grande capacità organizzative, di mediazione, se sei in grado di costruire, seguire, controllare e dirigere dei processi, in cui tu non sei il capo, ma sei il capitano della partita, che si mette alla testa dei suoi collaboratori e vive con loro quotidianamente la giornata lavorativa. Il direttore d'albergo è una persona che si sacrifica più degli altri, per ottenere un intimo risultato, per il quale caratterialmente da sempre ha scoperto che l'albergo è il suo posto di lavoro ideale, il quale gli dà la soddisfazione di erogare un servizio di alta qualità. Direttore oggi non si fa, si è, e lo si è scoprendolo giorno per giorno, grazie magari a delle opportunità che ti vengono date. È un lavoro di grandissimo sacrificio. Se il mio collaboratore lavora per turni, io devo essere sempre presente. Solo con l'esempio, solo dicendo agli altri "Vedete io ci sono, sono con voi, la facciamo insieme questa partita", che si diventa direttori qualificati e riconosciuti.

È BELLO, QUANDO FINITA
LA GIORNATA CI SI FA UN
APPLAUSO CORALE, O SI VA
IN CUCINA DALLO CHEF E
IN QUEL MOMENTO SI APRE
UNA BOTTIGLIA E SI DICE:
"RAGAZZI, È ANDATA BENE,
AUGURI A TUTTI".



QUANDO HAI
LA SODDISFAZIONE,
HAI L'INTIMA GIOIA
DI AVER FATTO BENE
IL PROPRIO MESTIERE.

L'etica secondo lei è qualcosa di innato o si acquisisce con l'esperienza?

Secondo il mio parere, l'etica si costruisce giorno per giorno, ti arriva sicuramente da un humus culturale familiare, è un po' difficile pensare che se in famiglia non ti hanno insegnato determinati valori, tu li possa apprendere per grazia ricevuta. Inoltre, ci sono delle caratteristiche innate personali e l'etica la si costruisce giorno per giorno, fermo restando che è un po' come un discorso di studio, è un percorso costante.

Che cosa le piace di più della sua professione?

La cosa che mi piace di più è quando organizziamo qualche cosa, parliamo di un evento, di un congresso, di un banchetto o di una giornata molto pesante di lavoro. Cose che organizzi, segui nei dettagli, fai il briefing con i capi servizi, controlli leggermente da lontano l'andamento della cosa e quando è finita la giornata, la soddisfazione di tutti i protagonisti della storia, tutto è andato bene, è andato come volevamo e ci si fa metaforicamente un applauso tra di noi. Ecco, mi piace la soddisfazione che pervade i tuoi collaboratori e te stesso, al termine di un momento lavorativo. Prima siamo presi dall'ansia, dalla adrenalina di far funzionare le cose per bene, che tutto sia processato e organizzato al meglio. Sono importanti il controllo nel momento dello svolgimento dell'azione e il rapporto con il cliente, il feedback. Ma è ancora più bello, quando finita la giornata ci si fa un applauso corale, o si va in cucina dallo chef e in quel momento si apre una bottiglia e si dice: "Ragazzi, è andata bene, auguri a tutti". Questo si può ripetere tutti i giorni, se hai la fortuna di lavorare in un albergo sufficientemente grande. Quando hai la soddisfazione, hai questo, l'intima gioia di aver fatto bene il proprio mestiere.

Quali sono i momenti in cui si sente più appagato, sia a livello personale che a livello professionale, nell'ottica di direttore?

Nella vita di un direttore d'albergo esistono dei cicli, non esiste più il direttore che rimane vent'anni nello stesso posto, di regola esistono dei cicli che possono durare dai tre ai cinque anni, quindi magari dopo

trent'anni di lavoro hai fatto sei/otto direzioni, ogni volta hai dovuto ripartire da zero, organizzare tutto al meglio. Quello che mi dà la massima soddisfazione è il riconoscimento nel tempo, che ti viene fatto dai tuoi ex collaboratori, per il lavoro svolto, questa è una cosa molto privata, cioè quando ci si incontra, un po' come i reduci, che si incontrano dopo qualche anno e che raccontandosi il pezzo di vita fatto



insieme, viene riconosciuto che hai fatto bene il tuo mestiere e che hai lasciato un ottimo ricordo. Questo dà un senso di soddisfazione postuma e capisci di avere investito bene il tuo tempo sia umano che professionale.

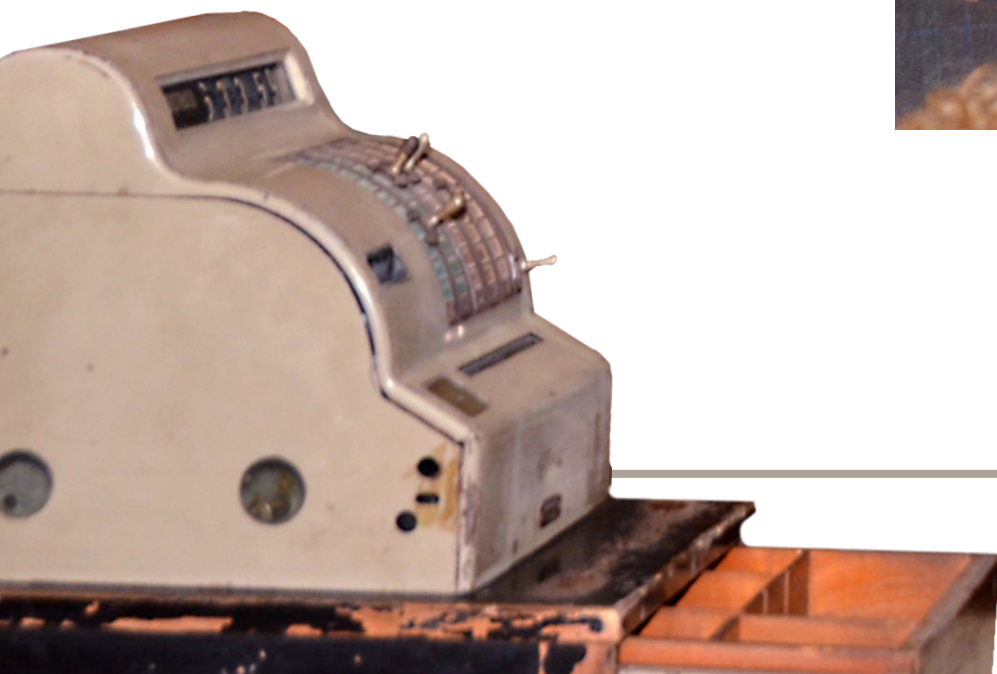
Assemblea Soci Hospes

Tempo di bilanci

di ALICE FRAMBUSTO. MARTINA MIGLIORANZA, **Socie Hospes**

*Il giorno 19 novembre 2017,
presso la sede dell'Istituto
"E. Maggia" di Stresa, in una sala
Mainardi gremita di ospiti,
si è tenuto il consiglio annuale
dei soci Hospes.*

*Estremamente elevata la
partecipazione, che ha raggiunto un
record assoluto: 70 soci e 32 ospiti,
per un totale di 102 partecipanti,
molti dei quali Hospes Junior.
Significativa la presenza di varie
autorità, tra cui il Sindaco del
Comune di Stresa, Giuseppe Bottini,
il Questore del Verbano Cusio
Ossola, dott. Salvatore Campagnolo,
e il Direttore Responsabile
dell'E-book Hospes (nonché direttore
della rivista di settore Hotel Domani)
Renato Andreoletti.*



e prospettive



La mattinata ha preso il via con un caloroso benvenuto da parte degli studenti del corso di Accoglienza Turistica e del Dirigente Scolastico, Prof.ssa Manuela Miglio. Il programma, molto intenso, è stato poi scandito da numerosi interventi incentrati di volta in volta sul passato, sul presente e sul futuro della scuola e dell'Associazione. A tal proposito, l'anno 2017 si chiude per l'Hospes con

alcune novità importanti, quali il rinnovo del Consiglio d'Amministrazione (tra i nuovi eletti la Prof.ssa Silvia D'Ilario, il Prof. Riccardo Fava Camillo, il Prof. Roberto Abbondio, e i Sig.ri Silvano Fortina, Ermanno Gafforini, Ermino Maggia, Luciano Marchisio, Umberto Michetti, Ezio Primatesta, Alessandro Porrini, Stefano Zanetta) e la conclusione del mandato da parte dell'attuale presidente





A CONCLUSIONE DEL SUO MANDATO IL PRESIDENTE ALBERTO GOZZI, HA PROMESSO DI RIMANERE ATTIVO ALL'INTERNO DELL'ASSOCIAZIONE E HA CHIESTO DI RENDERE SEMPRE PIÙ PARTECIPARE GLI ALUNNI, A PARTIRE DA QUELLI PIÙ MERITEVOLI

Alberto Gozzi il quale, nonostante le insistenze di tutti i membri (che per stima e affetto lo avrebbero riconfermato per un ulteriore mandato), ha ribadito la volontà di lasciare il suo ruolo, promettendo però di rimanere attivo all'interno dell'associazione. Nel suo discorso

conclusivo il dottor Gozzi ha però voluto trasmettere un mandato al suo successore, chiedendo di rendere sempre più partecipi gli alunni, a partire da quelli più meritevoli, affidando loro un numero maggiore di servizi che possano aiutarli a delineare meglio il loro percorso lavorativo. Al termine dell'assemblea ordinaria sono seguiti altri due momenti importanti, i cui protagonisti sono stati giovani studenti ed ex studenti dell'Istituto: anzitutto la premiazione dei soci Hospes Junior che nel 2016-2017 si sono distinti per aver raggiunto traguardi di alto livello nel







I SOCI HOSPES JUNIOR
CHE SI SONO DISTINTI
PER AVER RAGGIUNTO
TRAGUARDI DI ALTO LIVELLO:
ALESSANDRO POMPEO
(SALA E VENDITA)
LORENZO ALBERTO MANTEGAZZA
(ACCOGLIENZA TURISTICA)
E MARTA BURLONE
(TECNICO PER IL TURISMO)

campo dell'ospitalità alberghiera e dell'enogastronomia. I vincitori, uno per ogni indirizzo scolastico, sono risultati essere Alessandro Pompeo, del corso Sala e Vendita, Lorenzo Alberto Mantegazza, del corso Accoglienza Turistica e Marta Burlone del corso Tecnico per il Turismo, premiati rispettivamente dal Dirigente Scolastico, dal Sindaco e dal Questore. A ciascuno è stato donato un pregevole orologio da polso, dal valore fortemente simbolico, in quanto richiama il motto dell'Istituto: "Non perder l'ora".

Successivamente la parola è passata a Renato Andreoletti, direttore dell'E-book Hospes, rivista della scuola e dell'Associazione curata dagli studenti e dagli insegnanti dell'Istituto. Il direttore, oltre a illustrare i contenuti del numero recentemente pubblicato – Italia. Un paese da mangiare – ha anticipato la tematica del presente numero dedicato all'etica professionale.

Prima di concludere, la dirigenza dell'associazione ha dedicato l'ultima parte dell'incontro al ricordo di due dei più importanti padri fondatori dell'Istituto, il Prof. Arturo Palaoro e il Sig. Vincenzo Palmulli.

Le famiglie (presenti per l'occasione) sono state omaggiate





LA DIRIGENZA DELL'ASSOCIAZIONE
HA DEDICATO L'ULTIMA PARTE
DELL'INCONTRO AL RICORDO
DI DUE PADRI FONDATORI
DELL'ISTITUTO,
ARTURO PALAORO
E VINCENZO PALMULLI.



di un video contenente fotografie storiche volte a ricordare i professori come icone emblematiche della "Scuola del futuro".

Al termine dei lavori, su invito del vicepresidente – Prof. Fava – gli ospiti si sono recati presso la Sala Ristorante della "Scuola di Stresa", dove si è tenuto un prelibato rinfresco, organizzato dal Prof. Roberto Abbondio (Consigliere Hospes ed attuale Docente dell'istituto) e dai Prof.ri Franco Filippini e Giovanni Rottoli (soci Hospes e per quarant'anni apprezzatissimi docenti), coadiuvati dagli studenti del corso di Enogastronomia.



Luciano Manunta

La dimensione etica di un professionista d'albergo

di ALICE FRAMBUSTO, **Socia Hospes**



La professionalità non si insegna, si acquisisce in seguito alle esperienze e alle conoscenze effettivamente interiorizzate.

Un professionista all'altezza del suo ruolo è un uomo mai pago di migliorarsi, proiettato verso il futuro, e soprattutto non dimentico del suo passato.

Prendendo a prestito le parole del filosofo Bergson, il professionista è colui che "pensa da uomo d'azione e agisce da uomo di pensiero" come un perfetto gentiluomo.

Non a caso il motto della Catena Ritz-Carlton recita:

"Siamo Gentiluomini e Gentildonne che servono Gentiluomini e Gentildonne" dove la gentilezza, che è sinonimo di correttezza e rispetto, si esplica non per imposizione dall'alto, ma per spontanea manifestazione d'animo.



Parlando di Gentiluomini, come non citare Luciano Manunta, figura rilevante nel settore turistico-alberghiero, un uomo che da oltre trent'anni lavora come direttore d'albergo, formatore e consulente. La sua carriera è iniziata all'età di sedici anni circa, su consiglio di un suo amico che lavorava presso un albergo in Sardegna. Questa fu per lui un'occasione per mettersi alla prova e guadagnare qualche cosa. Intraprese la sua prima stagione nel 1978. È Presidente di A.I.R.A. Lombardia, Associazione Italiana Impiegati d'Albergo (dopo essere stato anche Presidente nazionale della stessa associazione), delegato di Solidus e co-fondatore di Hotel&Co. Si occupa di formazione, lavorando con alcune società di settore e collabora con la Markes Rcs per la produzione di libri di testo per gli istituti alberghieri. Luciano Manunta è un convinto sostenitore dell'Assertività in Albergo e della poli-sensorialità dell'Accoglienza e cura in particolare la "centralità dell'Ospite" e le "percezioni del Servizio".

Signor Manunta cos'è per lei l'etica del lavoro?

Premesso che l'Etica è l'espressione più completa del significato oggettivo di "bene" per l'essere umano ed il "male" è tutto ciò che non tuteli la sua dignità, potrei concludere dicendo che nel lavoro in albergo è Etico un comportamento col quale tutte le parti in causa vengano sempre rispettate cominciando "ovviamente" dalla centralità dell'Ospite.

Accoglienza e Ospitalità

"Accogliere è Conoscere, Conoscere è Accogliere"

*Progetto «Alternanza Scuola - Lavoro»
Istituto di Istruzione Superiore "Erminio Maggio"*

16 - 17 marzo 2018



Secondo Lei oggi è importante l'etica professionale? Perché?

È molto importante, è il solo modo per conquistare credibilità e, con essa, tutelare il turista per fidelizzarlo. Un'esperienza poli-sensoriale positiva dell'Ospite, grazie alla professionalità di ogni singola figura operativa, lo porterà a tornare nella struttura ricettiva che lo ha ospitato e a determinare un passaparola positivo.

Il vostro albergo segue un particolare codice etico?

Sì, tutto deve essere svolto per soddisfare l'Ospite, offrendo dei servizi tesi a superare costantemente le sue aspettative dimostrandolo possibilmente nei fatti anche "economicamente", ovvero facendo percepire come congrua la tariffa rispetto al servizio ricevuto.

Esiste oggi un'etica per il cliente? Esiste un'etica del cliente?

L'Ospite va "educato" alla reciproca trasparenza e rispetto e la credibilità si conquista con fatica, coerenza e perseveranza. Per avere un ospite leale bisogna utilizzare una strategia ed un comportamento leali. Nelle tavole del capitano Ricci si parla di "coscienza professionale".

La coscienza professionale è parte integrante dell'etica professionale. Le criticità ed i reclami in

PER AVERE UN
OSPITE LEALE
BISOGNA
UTILIZZARE UNA
STRATEGIA ED UN
COMPORTAMENTO
LEALI.
NELLE TAVOLE
DEL CAPITANO
RICCI SI PARLA
DI "COSCIENZA
PROFESSIONALE".

Vindo Selamat Datang
Ommei
me
Croeso
Namaste
لا وسهلا
Bem Vir
ti Willkommen
Benvenuti

"Addio alle vecchie regole del Marketing e della Comunicazione"



albergo spesso richiedono tempestività di intervento. Questo, di fatto, determina delle decisioni tese a "scaricare" su altri colleghi ipotetiche colpe dimenticando che all'ospite non interessa sapere chi è il colpevole ma che si trovi al più presto una soluzione alla problematica da lui evidenziata.



L'ASCOLTO ATTIVO
È UNA DELLE
FORME DI
ACCOGLIENZA
PIÙ ALTA.



UN CARO COLLEGA
ERA SOLITO DIRE
CHE "GIRAVA"
IL MONDO ANCHE
SENZA PASSAPORTO
LAVORANDO
DIETRO AL BANCO
DEL RICEVIMENTO.

A quali valori un direttore del suo livello deve ispirarsi?

Onestà umana e professionale attraverso la costante crescita con aggiornamenti, confronti, con rispetto, benevolenza, sincerità, autenticità e coerenza.

L'etica è qualcosa di innato o si impara con l'esperienza?

L'educazione nell'infanzia si fonda sul principio del rispetto reciproco cercando di far prevalere sempre il bene sul male ma solo con l'esperienza e con la maturità si dovrebbe diventare consapevoli sul "non fare ad altri ciò che non desideri che venga fatto a te" come amava recitare un "filosofo" molti anni or sono.

Cosa	Come	Obiettivo
Aumenteremo le competenze tecniche su come operare in Albergo ...e la capacità nel comunicare con sé stessi e con gli altri	Interazione e coinvolgimento attraverso video, discussioni ed esercitazioni	Dare all'Ospite un servizio di «Alta Qualità» aumentando il livello personale di professionalità Acquisire maggior consapevolezza nelle relazioni



Che cosa le piace di più della sua professione?

Il potermi "mettere in discussione" ogni qualvolta accolgo ed ospito un turista. La personalizzazione dell'Accoglienza rende di fatto sempre e necessariamente diverso l'approccio con persone che arrivano da tutte le parti del mondo, di diversa cultura, differente stato d'animo e personalità. L'Ascolto attivo è una delle forme di Accoglienza più alta. Un caro collega era solito dire che "girava" il mondo anche senza passaporto lavorando dietro al banco del ricevimento. L'estrema sintesi di chi si occupa di Accoglienza.

L'ospitalità che il sig. Manunta riserva ogni volta nei confronti di noi allievi della Scuola di Stresa è straordinaria. Le sue parole, pregne di entusiasmo, ci coinvolgono attivamente, ci comunicano tutte le virtù che un Professionista dovrebbe avere. I suoi insegnamenti travalicano le mura della falsità troppe volte mostrata dai media e mostrano l'unica realtà, quella di chi, attraverso sacrificio, studio, lavoro, lavoro e ancora lavoro è arrivato ad astra per aspera.

COSA UNISCE LUCIANO MANUNTA ALLA NOSTRA SCUOLA?

Al Maggia di Stresa, ogni due anni vengono organizzate delle giornate dedicate al progetto "Alternanza Scuola - Lavoro", che vede coinvolte le classi terze e quarte dei corsi di accoglienza turistica e del corso tecnico turistico. Questo seminario, intitolato "Accogliere è conoscere, Conoscere è Accogliere", si è tenuto per la prima volta il 26, 27 e 28 maggio del 2016 e ha avuto come relatori, oltre al Signor Manunta, il Professor Riccardo Fava Camillo e il Signor Alberto Nick Lavorgna, di Hotel & Co. L'ultimo "corso di formazione" si è tenuto quest'anno



nelle giornate di venerdì 16 e sabato 17 marzo 2018 e in quest'occasione, il Signor Luciano Manunta venne accompagnato dalla Signora Silvia Spano, informatrice aziendale che lavora con gli adulti nell'ambito della comunicazione nonché Coach e Consouler motivazionale. Entrambi i seminari si sono svolti presso la sala conferenze "Albano Mainardi" della sede del nostro istituto e al termine è stato consegnato un attestato di partecipazione ad ogni studente che ha preso parte a tutte le date del progetto.

Gli argomenti affrontati sono stati: il sistema ricettivo in Italia, l'organigramma, la gestione esterna (l'outsourcing), il Ricevimento e l'interazione tra i reparti, l'Accoglienza poli-sensoriale, "Essere in relazione" ovvero la comunicazione efficace, l'interazione telefonica nelle strutture ricettive (il piacere di accogliere la telefonata dell'Ospite), come personalizzare l'interazione con l'Ospite, cenni di legislatura turistica, le agenzie on-line (OTA) ed i comparatori (Hotel Metasearch), introduzione al Revenue Management e le recensioni (Web Reputation).

Ma come venivano organizzate le giornate?

L'ultimo seminario che si è tenuto, è stato progettato nel seguente modo: gli studenti sono arrivati presso la sede dell'istituto alle ore 8.20 e dopo essersi accreditati, hanno preso posto nella sala conferenze, nella quale ebbe inizio l'incontro alle ore 8.45. Esso venne suddiviso in tre parti, ognuna delle quali era seguita da una pausa, che permetteva agli studenti di confrontarsi tra di loro o con i relatori su ciò che era stato trattato nelle ore precedenti e di riposarsi. Il termine del seminario era previsto per le ore 17.00.

Lo scopo di tali incontri non è solo quello di fornire ai ragazzi competenze tecniche, ma anche quello di servire da strumento di promozione, comunicazione ed educazione. Di conseguenza questo progetto diventa indispensabile per affrontare al meglio il periodo di alternanza, perché permette agli studenti di aumentare le loro conoscenze tecniche riguardanti il mondo alberghiero, la capacità nel comunicare con se stessi e con gli altri, migliorare la qualità del servizio e acquisire maggiore consapevolezza nelle relazioni.

Nello specifico, l'obiettivo di questi incontri è quello di aumentare la capacità di ascolto attivo e di problem-solving, rendere più flessibili le modalità di apprendimento e la gestione delle relazioni, attraverso il passaggio tra l'ambito formativo pedagogico scolastico e quello esperienziale aziendale, accrescere l'autoprogettazione personale, motivare i ragazzi allo studio facendogli capire l'importanza delle competenze indispensabili per il mondo del lavoro, che possono acquisire grazie ad esso, promuovere il senso di responsabilità e l'impegno sociale e lavorativo attraverso il contatto diretto con il mondo del lavoro, i suoi ritmi e le problematiche concrete e incoraggiare al lavoro organizzato ovvero, al lavoro di squadra nel quale troviamo le relazioni interpersonali, il riconoscimento di ruoli e gerarchie, le strategie e i valori aziendali.

Tutto ciò è stato trasmesso attraverso il coinvolgimento e l'interazione con gli alunni e grazie all'utilizzo di video, immagini, esercitazioni e dibattiti.

LA PERSONALIZZAZIONE
DELL'ACCOGLIENZA
RENDE DI FATTO
SEMPRE E
NECESSARIAMENTE
DIVERSO L'APPROCCIO



CON PERSONE
CHE ARRIVANO DA
TUTTE LE PARTI DEL
MONDO, DI DIVERSA
CULTURA, DIFFERENTE
STATO D'ANIMO E
PERSONALITÀ.





la celebre Scuola di Stresa si presenta,
parla il Dirigente Scolastico

L'Alberghiero più antico d'Italia al traguardo dei suoi primi 80 anni

di SELENE MAZZONI, **Socia Hospes**

*da 80 anni
generazioni
in cordata!*



*La parola alla professoressa Manuela Miglio,
Dirigente dell'Istituto dall'anno 2006.*

*Prima personalità istituzionale della scuola, una posizione difficile
da rivestire che necessita di tenacia, caparbia e competenza; le
stesse qualità che sono state impiegate dal lontano 1938, anno
natale dell'Istituto Erminio Maggio.*

*Un'annata che segna la nascita di una inconsapevole e longeva realtà, una mano
tangibile e presente che seppe cambiare il futuro di intere generazioni che si sono
susseguite nel corso del tempo fino ai giorni nostri ed oltre.*

*Una scuola particolare nata dalla realizzazione di un sogno, voluta con entusiasmo
dalla località che oggi come allora ospita l'Istituto Erminio Maggio.*





Questo suo stretto legame con la cittadina di Stresa è onnipresente in ogni dove, persino i gadget indossati dagli studenti sono personalizzati in riferimento alla città da cui tutto è stato concepito. "La Scuola di Stresa" ha formato con dedizione e passione grandi professionisti del Mondo Alberghiero e del Turismo, settori sempre sulla cresta dell'onda. Proprio questi valori messi "a stendardo" dall'istituto gli hanno permesso di emergere nell'istruzione alberghiera in Italia e nel Mondo; infatti non dimentichiamo che La Scuola di Stresa è stata la prima scuola per i servizi alberghieri a costituire un corso di Turismo negli anni '40 del secolo scorso, grazie alle inimitabili ed ataviche Tavole de Il Capitano Ricci. L'istituto ha raggiunto una certa fama anche all'estero come

già sottolineato, grazie alle capacità dimostrate dai suoi studenti oltre i confini nazionali, il "Maggia" si è fatto conoscere in prima linea

per la formazione fornita ai suoi discenti, molti dei quali attualmente hanno intrapreso oppure intraprenderanno spiccate carriere nel settore dell'Ospitalità. La Nostra Scuola è un modello d'istruzione, che custodisce

un'anima: "La Grande Famiglia della Scuola di Stresa", formata dagli ex studenti che hanno frequentato l'istituto anche 70 anni fa, molti dei quali le sono molto grati per la rigorosa educazione impartita, ma in particolar modo per le opportunità uniche offerte dalla Scuola di Stresa, divenendo ciò che sono adesso. Essi sono soci affiliati alla vicina Associazione Hospes, il braccio destro della Scuola. Ed ecco che questo significativo compleanno per l'istituto E. Maggia, rappresenta l'occasione per poter rivivere il passato, essere d'ausilio per il presente e guardare al futuro... Così si fonda anche lo slogan di questa celebrazione: "80 di generazioni in Cordata", sottolineando il rilevante apporto di tutti coloro che essendo già arrivati al successo, aiutano con piacere e grande spirito d'appartenenza alla scuola, i giovani allievi al raggiungimento delle "Alte Mete".



La conversazione con il Dirigente Scolastico si apre seguendo il doppio filo dell'Etica professionale...

Che cos'è per lei l'Etica del Lavoro?

L'etica è una sorta d'imperativo morale costituito da un insieme di valori che dovrebbero portarci a conseguire il bene di ciascuno e di tutti. È una serie di principi che dovrebbero ispirare il comportamento umano e guidare la vita di una persona permettendole di stare bene con gli altri.

In questo senso il lavoro, se fatto bene, diventa quel qualcosa che ci fa sentire realizzati, a posto con noi stessi e con gli altri.

Oggi è importante seguire un Codice Etico?

Sì, mai come oggi secondo me c'è bisogno di perseguire un'etica del lavoro, per dare un senso al nostro operare, in particolare è bene riscoprire l'etica nella sua più ampia accezione.

Mi pare che si siano persi di vista certi valori essenziali, si pretendono molti diritti e si pensa poco ai doveri e al bene comune.

L'Etica è un qualcosa di innato oppure si acquisisce con l'esperienza?

Si parla di etica da millenni, è stato uno dei temi più dibattuti dai grandi filosofi del passato, da Aristotele in poi. Credo che i principi etici siano uno dei bisogni dell'uomo, se vuole vivere in una comunità e raggiungere il "sommo bene". Non sono sicura se l'etica sia qualcosa d'innato, sicuramente si coltiva fin dai primi anni di vita, i valori etici si acquisiscono prima di tutto in famiglia, perché l'etica non è fatta di parole ma di esempi e di fatti, e soprattutto di modelli. La scuola ha perciò un compito importante perché deve insegnare ad usare la ragione per saper riflettere, discernere, analizzare i nostri impulsi. Ogni persona dovrebbe saper individuare e scegliere quei comportamenti che portano al bene e alla giustizia. Quindi l'etica non è soltanto il frutto di un qualche insegnamento, ma sta nell'abitudine a comportarsi in maniera misurata per scelta, ogni giorno, proprio come si insegna da sempre in questa scuola.

SI PARLA DI ETICA DA
MILLENNI, CREDO CHE
I PRINCIPI ETICI SIANO
UNO DEI BISOGNI
DELL'UOMO,
SE VUOLE
VIVERE IN UNA
COMUNITÀ E
RAGGIUNGERE IL
"SOMMO BENE"





Da questo punto di vista credo che i giovani dovrebbero riflettere molto sul concetto e sul significato di etica professionale.

Che cosa le piace di più della sua professione? Quali sono i momenti nei quali si sente più appagata?

Prima di essere un dirigente scolastico, sono stata un'insegnante e faccio fatica a scordarmelo, anche perché la professione d'insegnante è quella che io stessa ho veramente scelto e voluto dopo la laurea. Ricordo che, quando ero insegnante, il momento che più mi emozionava e quasi mi commuoveva, e che ricordo ancora con gioia e un po' di nostalgia, era

l'ultimo giorno di scuola, quando passavo le ultime ore di lezione con i miei studenti prima del suono dell'ultima campanella. Guardavo i miei ragazzi e pensavo a com'erano al primo anno, quando mi erano stati affidati, e a com'erano diventati grandi, nonostante me o grazie a me. Questo mi appagava particolarmente. Come dirigente scolastico invece, il continuo pensiero per questa scuola, mi rende consapevole delle grandi responsabilità che ricadono sulle mie spalle. Insomma ho meno momenti emozionanti.



Mi trovo a gestire situazioni che non riguardano più solo un ristretto gruppo di studenti, ma un'intera scuola. Sento di avere sulle spalle un'enorme responsabilità perché quella che dirigo è una scuola di grande fama, con una storia importante e una tradizione didattica e educativa molto significativa, che non deve andare perduta. Confesso che sentir parlare del grande professor Albano Mainardi a volte mi fa sentire inadeguata e priva di risorse e

di mezzi, ma è comunque uno stimolo. È stato un grande educatore e condivido tutti i suoi principi e il suo pensiero sulla scuola. Però provo ancora coinvolgimento e mi emoziono quando dai consigli di classe o direttamente da qualche insegnante scopro i fatti di alcuni miei studenti: le piccole conquiste, i buoni comportamenti, i problemi risolti. E poi mi impressiona ancora la tanta generosità di certo personale della scuola, che spesso non appare come meriterebbe.

Che cosa significano per la Scuola di Stresa questi 80 anni?

Per la Scuola di Stresa, essi rappresentano assolutamente un meraviglioso traguardo e vorrei che questi 80 venissero sentiti proprio da tutti! Specialmente da voi studenti, per conoscere meglio da dove viene questa scuola e verso dove sta andando, il clima di festa deve essere perciò condiviso nonostante le vostre fatiche quotidiane, tra compiti e verifiche. Celebrare questi 80 anni significa anche fare memoria del passato e pensare magari anche ai prossimi 80 anni dell'istituto, seppur non siamo in grado di sapere come potrà evolvere la scuola. Festeggiare gli 80 anni ci permette davvero di non disperdere quel patrimonio di conoscenza, insegnamenti e valori che hanno tenuto in piedi questa scuola. Infatti durante l'ultimo comitato studentesco, che reputo un irrinunciabile momento di confronto con i miei studenti, sono stata molto contenta degli interventi della stragrande maggioranza degli allievi: molti di loro hanno dichiarato che sono consapevoli del fatto che questa scuola ha una sua identità, una sua storia, delle sue tradizioni. E che portare una divisa, imparare un'educazione non solo formale, essere accoglienti, salutare, avere stile, ordine nella persona ... è motivo di orgoglio. È molto bello che gli studenti lo riconoscano!

CONFESSO CHE SENTIR
PARLARE DEL GRANDE
PROFESSOR ALBANO
MAINARDI A VOLTE MI FA
SENTIRE INADEGUATA
E PRIVA DI RISORSE.



È STATO UN GRANDE
EDUCATORE E CONDIVIDO
IL SUO PENSIERO
SULLA SCUOLA.



Che cosa si prova ad essere il dirigente scolastico di un istituto di prestigio come "La Scuola di Stresa" dopo la presidenza di personalità come il professor Albano Mainardi?

Come ho già detto si sente un senso di inadeguatezza e un grande peso sulle spalle. Io non ho mai fatto studi di carattere alberghiero, perciò ho dovuto imparare sul campo che cosa significhi lavorare in un hotel e saperlo dirigere, poiché la nostra scuola simula ogni giorno il funzionamento di un albergo. All'inizio ho provato entusiasmo e poi mi sono accorta che questo non era sufficiente. Però, poco per volta, alcuni docenti e alcuni miei collaboratori mi hanno aiutata a capire le originali prerogative di questa scuola e hanno fatto nascere in me un grande senso di appartenenza alla Scuola di Stresa. Devo dire che il forte senso del dovere, che mi hanno trasmesso i miei genitori, mi guida e mi sostiene nelle mie lunghe giornate passate a far funzionare una scuola tanto complessa e organizzando il lavoro delle persone, alcune delle quali si spendono con grande dedizione.

Quindi in questi anni ho imparato ad essere sempre presente con l'intento di migliorare, per quanto possibile, la situazione dell'Istituto e risolvere i suoi problemi, soprattutto in relazione agli studenti, che dovrebbero costituire il primo motivo per cui noi adulti veniamo a scuola ogni giorno.

Che cosa l'ha portata a divenirne il dirigente scolastico?

Il caso. Sono stata incaricata a Stresa per un solo anno come supplente perché il posto era vacante da un po' di anni. Poi ho vinto un concorso e sono stata invitata a rimanere per un altro triennio. Mai avrei pensato di dirigere un alberghiero, non era tra le mie aspirazioni. Una professoressa al mio arrivo mi aveva detto che la Scuola di Stresa non concede vie di mezzo: o la si ama o la si odia. Non so, forse mi sono innamorata....

In ogni caso mi piace la mia professione, ogni anno è diverso dal precedente, con nuove iniziative ed eventi di tutti i tipi, che a volte mi richiedono sacrifici, anche nella sfera personale. Quindi non ci si annoia. Nel complesso la nostra è una Scuola che dà buoni

frutti, quindi ne sono orgogliosa, sebbene alcune volte non siamo apprezzati come meriteremmo. Una scuola come questa richiede molto lavoro ed attenzione, anche se mi reputo fortunata in quanto opero ogni giorno con l'appoggio di validi collaboratori.

Mi rattristo molto quando penso che se avessimo a nostra disposizione una sede adeguata con laboratori più adatti alle attività, potremmo essere certamente più bravi di quanto già non siamo.

Come vede l'Istituto Erminio Maggia tra altri 80 anni? Considerazioni per quella che sarà la Nostra Scuola del Futuro.

Per parlare del futuro del nostro istituto occorre ripercorrere i passi fatti dall'intera scuola italiana, che hanno segnato anche il percorso della nostra scuola. Il "Maggia" era nato come scuola pubblica, ma a quell'epoca pochi studenti la frequentavano. Poi dagli anni '60 del secolo scorso la scuola italiana diventa "scuola di massa" e anche il Maggia accoglie molti più studenti e la sua sede storica non basta più per accoglierli. Non so quali saranno i cambiamenti del futuro per la scuola italiana, quindi non riesco a immaginare il "Maggia" tra 80 anni.

Spero che si mantenga l'originale DNA di questa scuola nell'insegnare, educare e formare i giovani, ma con quali mezzi e strumenti non lo so. L'Istituto subirà certamente mutamenti come accadrà a tutte le altre scuole, ma voglio credere che il motto della scuola "Non perder l'ora" possa essere un monito che non si perderà nel tempo.



NEL COMPLESSO
LA NOSTRA
È UNA SCUOLA
CHE DÀ
BUONI FRUTTI,
QUINDI NE SONO
ORGOGLIOSA.

MI RATTRISTO MOLTO
QUANDO PENSO CHE SE
AVESSIMO A NOSTRA
DISPOSIZIONE UNA SEDE
ADEGUATA
CON LABORATORI PIÙ
ADATTI ALLE ATTIVITÀ,
POTREMMO ESSERE
CERTAMENTE PIÙ BRAVI DI
QUANTO GIÀ NON SIAMO



La "Scuola di Stresa" all'ARTIGIANO IN FIERA

di SELENE MAZZONI, MICELA PERNA, **Socie Hospes**

Fiera-Milano Rho Pero, un'altra attesa edizione dell'Artigiano in Fiera ha avuto luogo con 9 giornate di successo, dal 02 dicembre al 10 dicembre 2017. Tra gli attori e collaboratori, ancora una volta "La Scuola di Stresa".



L'evento è stato finalizzato alla promozione e vendita del prodotto turistico enogastronomico, patrocinato da ENIT. Il marchio BITEG è stato acquisito dalla Regione Piemonte nel 2008, in particolare dalla società in house providing Sviluppo Piemonte Turismo, con il fine di valorizzare e sostenere i settori italiani e piemontesi noti a livello internazionale, insieme alle loro eccellenze enogastronomiche.

Ogni anno la Fiera "campionaria" Artigiano in Fiera offre sempre maggiori occasioni e opportunità irripetibili agli espositori presenti, fieri rappresentanti della propria





Terra con grande orgoglio; ai visitatori, incuriositi dal fascino e dalle leccornie per il palato e per la vista. Infatti principale punto di interesse dell'evento è sempre stata anche la tradizione culinaria proposta dai numerosi Paesi coinvolti nel progetto della Fiera, tradizione rivisitata poi da affascinanti varianti. In tal modo si oltrepassano i limiti di Fiera Campionaria per essere riconosciuta come la Fiera della Bellezza e della Bontà, coadiuvando le mille sfaccettature di quello che è l'Artigianato di "Ieri e di Oggi". «Ogni anno Artigiano in Fiera dal 1995 valorizza e promuove forza, fascino ed attrattiva per il lavoro umano, fatto da persone creatori di capolavori e capaci di "saziare il sano Buon Gusto"» così ha esordito Antonio Intiglietta presidente di Ge.Fi, Fiere S.p.A. nel primo appuntamento dedicato all'evento.

L'Artigiano in Fiera è perciò il momento ideale per far sì che ogni impresa artigiana possa incontrare il suo Mercato e creare circostanze di pacifica condivisione di tradizioni, culture e sapori lontani ma vicini. Nella scorsa edizione della Fiera erano presenti numerosi Stand, rappresentanti di 120 Nazioni, la cui parola d'ordine era come al solito l'Originalità; dalle stoffe e i tessuti pregiati del lontano Oriente alle idee stravaganti per soggiorni insoliti in Italia ed all'estero, fino alle manifatture natalizie, tra cui presepi artigianali e oggettistica decorativa.

Accanto ad ancestrali produzioni, prendono forma veri e propri trend dell'Artigianato, come la sezione dedicata ad ArtiMondo, famosi brand di Design si prestano alla visibilità e alle possibili richieste della domanda. Tra uno Stand e l'altro, profumi d'essenze e di appetitose tipicità regionali segnano il percorso del visitatore alla ricerca di novità di tendenza o al contrario alla riscoperta delle proprie tradizioni, del proprio folklore popolare, un'esperienza assolutamente da provare, se non da rinnovare ogni anno, un evento come questo può cambiare le nostre percezioni del Mondo e delle sue etnie oltre che del nostro Bel Paese...

"Gli artigiani generano esperienze di stupore made in Italy e non solo... da ogni parte del mondo attraverso prodotti unici e originali." (si potrebbe aggiungere a parte come citazione, perché no in presenza di una foto)

Anche quest'anno, la Scuola di Stresa è stata grata collaboratrice de "La Fiera dell'Artigiano". Le classi 4^aTT e 3^aTT, coadiuvati e formati con caparbietà e competenza dal professor Fava, hanno operato al Front Line dello Stand Union Camere Regione Piemonte. L'esperienza

ha coinvolto gli studenti attraverso la promozione delle attrattive piemontesi in tema di arte, cultura, folklore e la richiestissima offerta "Neve".

Gli allievi partecipanti hanno saputo, con tecnica e conoscenza, illustrare la moltitudine di località piemontesi presenti per mezzo di un'ottima ed autorevole informazione e raccomandazione, oltre che promozione di questi meravigliosi luoghi, un territorio, l'Alto Piemonte, capace di stupire grazie alla presenza di più paesaggi così differenti tra loro pur trovandosi a pochi chilometri l'uno dall'altro, ognuno con una propria storia e proprie

NONOSTANTE UNA LEGGERA ANSIA INIZIALE, I RAGAZZI SONO STATI ENTUSIASTI DI POTER PARTECIPARE A UNA FIERA DI TALE IMPORTANZA, PERCHÉ HANNO POTUTO METTERE IN PRATICA GLI INSEGNAMENTI APPRESI A SCUOLA

radici culturali, unite in un unico comprensorio turistico di esigue dimensioni. Ogni studente ha potuto mettersi alla prova trasformandosi in un competente e volenteroso operatore turistico per un giorno, all'opera presso il Front desk dello Stand Alto Piemonte Turismo, prima esperienza accompagnata anche da emozioni e sensazioni positive... I ragazzi hanno apprezzato molto questa esperienza perché hanno messo in pratica i vari insegnamenti appresi a scuola. Sono stati entusiasti di poter partecipare a una fiera di tale importanza; nonostante una leggera ansia iniziale, dovuta al fatto che era la loro prima esperienza in questo campo, hanno affrontato questo evento con molta serietà e caparbietà e sono riusciti a distinguersi e a concludere in maniera molto soddisfacente il progetto "La scuola di Stresa all'Artigiano in fiera", grazie anche al personale di Alto Piemonte che ha saputo mettere tutti gli





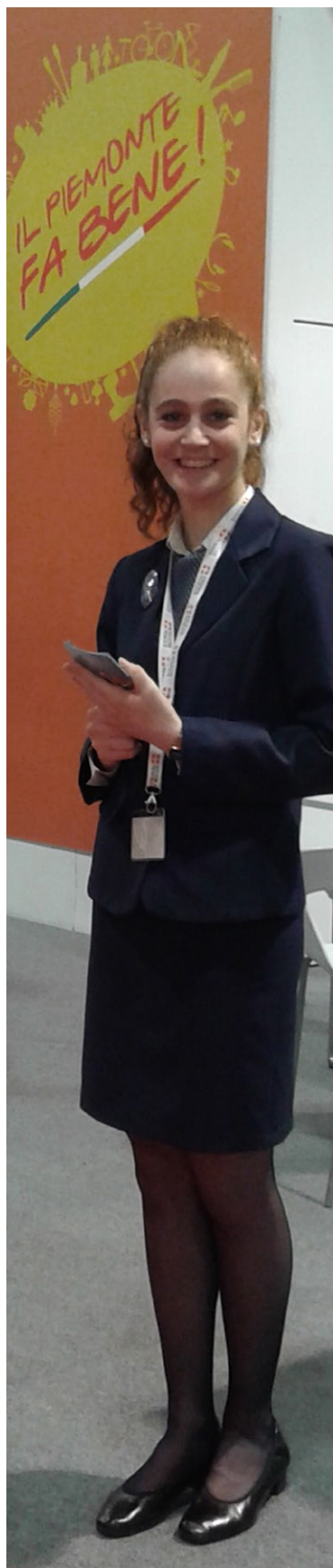
studenti partecipanti a proprio agio. I ragazzi inoltre hanno avuto la possibilità di essere a stretto contatto con un pubblico in una situazione differente da quella alberghiera e di imparare a costruire un rapporto con una domanda diversificata, facendo risaltare le qualità del prodotto da commercializzare, infine di promuovere alcune delle più note eccellenze dell'Alto Piemonte. Dall'esperienza citata gli allievi hanno appreso cosa significa realmente effettuare un'attività di promozione e quanto sia importante la comunicazione e il modo con il quale ci relazioniamo. Tre elementi fondamentali: conoscenza, sicurezza, gioia. Chi lavora in un contesto legato alla promozione turistica deve cercare di far vivere una breve esperienza all'ospite, illustrando in modo dettagliato e convincente i diversi prodotti che si intende "commercializzare". Questa esperienza è stata un'opportunità per migliorare se stessi e le proprie capacità, ad esempio i ragazzi hanno visto lavorare delle persone esperte, che hanno insegnato loro ad essere persuasivi e a catturare l'attenzione del cliente. Un primo passo verso una possibile e futura professione nell'intrigante e impegnativo "Mondo fieristico".

In esposizione presso lo Stand balzavano all'occhio attento dei visitatori le meravigliose foto raffiguranti le rinomate piste sciistiche della Via Lattea, oltre che alle località di Monte Rosa Ski, con Alagna Valsesia e la deliziosa Alpe di Mera, ma nessuna di quelle citate offre solo impianti per lo sci, infatti il divertimento è per tutti!!! Dalle suggestive ciaspolate presso l'Alpe di Mera al go kart, allo Yoga sulla neve e per i più audaci il brivido del Free Ride e dell'Alisci. Ma Alto Piemonte Turismo non è solo questo, è molto di più, è arte e cultura, grazie all'organizzazione di numerose mostre in onore del famoso pittore Gaudenzio Ferrari, personalità di rilievo nel Consorzio Turistico, dato che egli dipinse molti paesaggi. Spazio anche all'artigianato tipico Walser, fondamento delle radici di questa Terra, dal famoso e apprezzato pizzo "puncetto" alle scarpette in panno e corda "Scaplin". Ben conservati sono anche i sentieri dedicati al trekking montano con sosta obbligatoria presso un rifugio del CAI, Club Alpino Italiano, il più conosciuto è sicuramente la Capanna Regina Margherita sulla sommità del Monte Rosa a 4554 metri di altezza.

Ogni giornata si è caratterizzata ed arricchita con piacevoli ed interessanti eventi turistici con risvolti enogastronomici per permettere ai produttori locali di Alto Piemonte di poter rendere riconoscibili i propri prodotti sul Mercato, incontrando le esigenze differenti dei consumatori

presenti alla Fiera, coinvolti nelle degustazioni dei sapori del territorio dal "dolce" al "salato", accompagnandoli anche alla scoperta di meritevoli itinerari turistici della zona. Il giorno dell'Immacolata, l'8 dicembre, è stata un'occorrenza molto importante per lo Stand di Alto Piemonte che ha saputo interagire al meglio con l'ospite in aggiunta ad una promozione dettagliata e ben gestita. Dalla vestizione degli operatori allo Stand con atavici abiti popolari e legati soprattutto alla tipica tradizione valsesiana del Carnevale di Borgosesia e del Mercoscurot, l'atipico Funerale del Carnevale, alla degustazione di un menù completo a base di carni e paste tipiche piemontesi, accompagnate da vini molto speciali come il Nebbiolo, la Vespolina... merito di un'azienda d'eccezione nella produzione vitivinicola locale come la Torracchia del Piantavigna dell'imprenditore, ma prima di tutto produttore, Alessandro Fairoli. Data l'occasione imprese di buon calibro, impegnate nel Mercato locale, hanno dato maggior visibilità di sé stesse, oltre che ad una ricerca sempre migliore delle materie prime biologiche e di qualità, creando alla fine del processo produttivo un prodotto finito in grado di sbaragliare la concorrenza sul proprio mercato e poter essere apprezzato da un ampio target di utenti. Perciò altra importante azienda presente all'evento è stato il Pastificio storico di Fontaneto presso Novara, riconosciuto per la bontà dei suoi ravioli ripieni di carne piemontese ed altre delizie per il palato. In tale occasione gli alunni de "La Scuola di Stresa", hanno saputo mettersi in gioco nuovamente e, nei panni di inservienti in "erba", hanno gestito al meglio anche questo elemento aggiuntivo, riaffermando la bravura e la buona e sana volontà dimostrata dai giovani studenti.

A conclusione di ciò, si ringraziano gli enti pubblici e privati che hanno contribuito alla buona riuscita della Fiera; un grazie speciale, alla Regione Piemonte, agli operatori front e back line di Alto Piemonte Turismo, con il sogno di divenire Destinazione Turistica, sperando che l'evento sia un "volano" per questa meta turistica. Un grazie all'Associazione Hospes, sempre in ausilio alla "Scuola di Stresa". L'opportunità rinnovata non fa altro che formare i Nostri Studenti, in un settore come il Turismo, fatto di arte, bellezze e tradizioni, stimolarli in una ricerca sempre più forte della qualità del prodotto e della propria persona. Qualità e Stile di Vita che "La Scuola di Stresa", l'alberghiero più antico d'Italia, tramanda da ben 80 anni (1938-2018) ai suoi Giovani Allievi.



UN GRANDE
RINGRAZIAMENTO
AGLI ENTI
PUBBLICI
E PRIVATI
CHE HANNO
CONTRIBUITO
ALLA RIUSCITA
DELLA FIERA:
ALLA REGIONE
PIEMONTE,
AGLI OPERATORI
DI ALTO PIEMONTE
TURISMO
(SPERANDO CHE
L'EVENTO SIA UN
"VOLANO" PER
QUESTA META
TURISTICA) E
ALL'ASSOCIAZIONE
HOSPES.

Una didattica da vedere

di REBECCA STAFFA, DAMIANO BUSI, **Soci Hospes**

Quattro giorni di trasferta a Levico Terme (TN) per un piccolo gruppo di studenti e insegnanti della "Scuola di Stresa" che dal 22 al 25 aprile 2018 hanno rappresentato l'Istituto "Erminio Maggia" in occasione del secondo convegno di Ospitalia, movimento culturale per la conservazione e lo sviluppo dell'ospitalità in Italia.



La mostra della Scuola di Stresa debutta a Levico Terme



Una didattica del vedere

Le tavole del "Capitano" Pietro Ricci

Il potere

Ciò che colpisce chi
molti aspetti esso si



Colpisce il
canto del
Colpisce
eleganza
secondo
"tenuto in

Ma ciò che p

tavole appese nei co
una vera e propria
attività didattica de
patrimonio di gran

La storia del Alberghiera

L'esigenza di una scuola per
che desiderassero dedicarsi
ristorativa, a Stresa diventò
dell'ultimo conflitto mondiale
Alla fine dell'Ottocento Luigi
guida "Per Laghi e per Mor
il grandioso Hotel des Iles B
1861. C'erano anche il com
l'Albergo Reale, l'Italia e il S
scriveva, «offrono ad ogni c
agiatezze e conforti, che il g
ne possono essere facilmen
luogo ideale per soggiorni t
posizione, singolarmente lie
maggiore vicinanza a quel p
che chiamasi Isola Bella per
Stresa sommamente piacev
Dopo la costruzione della fe
1906, un rinnovato impuls
Anonima Italiana per gli Alb
ad acquistare l'ottocentesca
per trasformarla nel 1907, in
gusto Liberty, nel più moder
Palace Hotel.

In questo contesto nacque
"Erminio Maggia" come
Avviamento prof

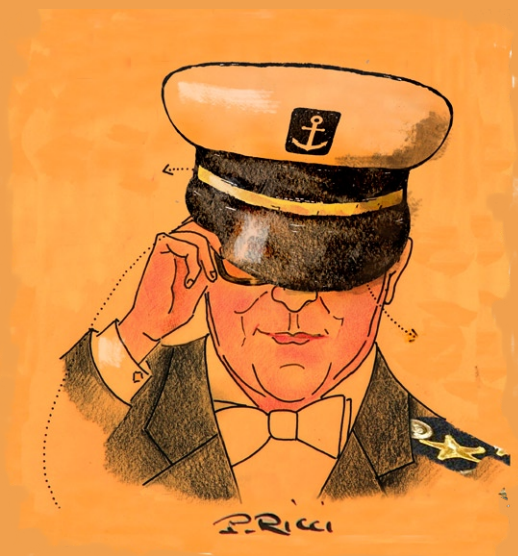




Gli incontri si sono svolti all'interno del Parco Asburgico di Levico Terme in concomitanza con Ortinparco, un festival locale dedicato all'esposizione e alla vendita di piante da giardino.

Il "Maggia" ha presenziato alla manifestazione come ospite d'onore su invito del Professore Federico Samaden, fondatore di Ospitalia, Dirigente Scolastico dell'Istituto Alberghiero Trentino di Rovereto e Levico Terme e ideatore di Hotel and Tourism Campus. A fare da portavoce è stata una delegazione composta da alcuni studenti del terzo anno del corso Tecnico per il Turismo – Laura Albanese, Lorenzo Appetito, Emilie Bogo, Martina Miglioranza, Adriana Nelson – e da tre insegnanti – la prof.ssa Immacolata Battista (storia dell'arte), il prof. Luca Dal Grande

IN ESPOSIZIONE ALCUNE
RIPRODUZIONI DELLE
TAVOLE DIDATTICHE
REALIZZATE A PARTIRE
DAL 1947 DAL CAPITANO
RICCI, UFFICIALE DELLA
MARINA CHE PER UN
CERTO PERIODO VISSE
A STRESA







I 5 SENSI del MAITRE d'HOTEL. UDITO



(italiano e storia) e il prof. Riccardo Fava Camillo (in veste di Presidente Hospes). Durante il convegno la "Scuola di Stresa" è intervenuta sia per festeggiare l'ottantesimo anniversario di fondazione, sia per inaugurare una mostra dal titolo "Il potere delle immagini". Oggetto dell'esposizione sono state alcune riproduzioni delle Tavole del Capitano Ricci: si tratta di una serie di tempere su tavola, realizzate a partire dal 1947 da Pietro Ricci, ufficiale della marina mercantile che per un certo periodo visse a Stresa. Le preziose indicazioni fornite da esperti del settore alberghiero (tra cui il preside dell'istituto, Albano Mainardi, e il giornalista Igino Ambrosini) e l'innovativa abilità grafica di Pietro Ricci diedero vita a una sessantina di immagini - diapositive, diremmo oggi - che con immediato impatto visivo trasmettono i contenuti essenziali del "Primo corso

SESSANTA IMMAGINI
CHE CON IMMEDIATO
IMPATTO VISIVO
ILLUSTRANO
IL PRIMO CORSO
DI LEZIONI DI
MATERIA TURISTICA
REALIZZATO
IN ITALIA





Il barman visto



I TARLI



libero" e "sistematico di lezioni di materia turistica realizzato in Italia" (così recita la prima delle tavole, intitolata Galleria).

La mostra, introdotta durante il convegno dal Presidente Hospes Riccardo Fava Camillo, è stata inaugurata alle ore 12.30 di lunedì 23 aprile alla presenza del Professor Samaden e di altre autorità, e ha contato numerosi visitatori, tra i quali Michele Dallapiccola (assessore all'agricoltura, foreste, turismo e promozione, caccia e pesca per la Provincia di Trento), il noto albergatore trentino Michil Costa, la dott.ssa Anna Maria Zilli (presidente della Rete Nazionale Istituti Alberghieri), gli studenti del luogo, i partecipanti al convegno e vari turisti.

Moltissimi sono stati gli apprezzamenti positivi, sia per la qualità della mostra, curata dal grafico vercellese Guido Tassini (da anni prezioso collaboratore della "Scuola di Stresa"), sia per il servizio svolto dagli studenti stresiani, che con la consueta professionalità e cortesia hanno accolto gli ospiti e li hanno guidati all'interno del percorso iconografico.

Al rientro da questa esperienza, impegnativa e formativa al tempo stesso, la "Scuola di Stresa" porta con sé nuovi legami stretti anzitutto con gli studenti e gli insegnanti dell'Istituto Alberghiero di Levico Terme; nonché con vari rappresentanti di istituzioni scolastiche (italiane e non), i quali hanno mostrato interesse per l'esposizione che sperano di poter replicare nei rispettivi luoghi di provenienza.



A colloquio con Federico Samaden

Una giornata dedicata al piacere dell'accogliere ed alla rischiosa bellezza dell'educare

di EMILIE BOGO e SELENE MAZZONI, **Socie Hospes**

"La bellezza del rischio educativo": questo il titolo della conferenza tenuta nel tardo pomeriggio del 15 marzo dal professor Federico Samaden presso la sala Mainardi dell'Istituto "Erminio Maggia" di Stresa. La conferenza, rivolta ai genitori degli studenti, è stata il secondo appuntamento nel fitto programma di festeggiamenti per gli 80 anni della scuola.



Un ospite d'eccezione, Federico Samaden: fondatore nel 1989 della sezione trentina di San Patrignano e poi preside di un istituto di formazione alberghiera con sede in Trentino (a Rovereto e a Levico Terme), recentemente è stato il fondatore del marchio "Ospitalia", rete di imprese, enti e scuole del settore alberghiero impegnate per valorizzare al meglio il settore dell'ospitalità in Italia e per stimolare la creazione delle relazioni tra le persone. L'intervento del professor Samaden ha toccato una serie di punti critici che riguardano da sempre la difficoltà di trasmettere ai propri figli le buone maniere e il saper stare con gli altri, l'educazione appunto.

Un atteggiamento particolarmente caro al dirigente trentino è quello dell'altruismo che è stato per lui la chiave di accesso al mondo dell'educazione, ciò che gli "ha permesso di comprendere meglio le nuove generazioni e perciò di sapere anche come interagire con esse". L'altruismo è un valore che acquista una rilevanza particolare soprattutto oggi, in una società globale che pare sempre più liquida, in un mondo in cui non esistono più delle identità solide ed unite, ma numerosi settori incapaci di far emergere le proprie tradizioni e la propria cultura personale, e soprattutto di trasmetterla ai giovani. Proprio per questo l'educazione è un valore, un principio fondamentale, che arricchisce ogni individuo e che si deve

acquisire fin dall'adolescenza, attraverso la scuola, ma soprattutto attraverso la famiglia.

Nel proprio discorso, Samaden ha voluto inserire le sue prime esperienze educative a contatto con gli adolescenti in particolare, ma anche con chiunque avesse bisogno di un consiglio o un aiuto per poter riprendere in mano la propria vita.

La conferenza, promossa dal Comitato genitori e dal Dirigente Scolastico – professoressa Manuela Miglio –, è stata preceduta nel corso della giornata dall'incontro tra il professor Samaden e le classi del terzo e del quarto anno del turistico nella sala Rebora del Collegio Rosmini di Stresa. L'intervento con gli studenti si è maggiormente concentrato sul valore dell'accoglienza, riletto in relazione alla neonata esperienza di Ospitalia. "L'Italia deve essere rilanciata in primis dalla capacità di accogliere, dalla volontà di far stare bene chi arriva e dal piacere infinito che si prova nel vedere il proprio ospite felice" ricorda Samaden. "Il nostro Belpaese ha bisogno di sostenere il suo ricco patrimonio culturale riuscendo a essere 'ospitale'. Più grande sarà la crescita di questo importante progetto, più ampio diverrà l'arricchimento culturale. Ospitalia incarna uno scambio di emozioni rappresentando un abbraccio che unisce gli uomini". Comunicare, creare, condividere: attraverso queste semplici parole si può

dare forma al futuro ed Ospitalia si muove proprio in questa direzione. Molto soddisfatti gli studenti che hanno partecipato all’incontro, che avrà un interessante seguito: per proseguire i festeggiamenti degli 80 anni della

“Scuola di Stresa” alcuni alunni del terzo anno del corso Tecnico per il Turismo sono stati invitati il 23 e 24 aprile 2018 al secondo convegno di Ospitalia presso villa Sissi, nel parco delle terme di Levico. In tale occasione sarà



COS'È OSPITALIA?

Ospitalia è un movimento culturale che ha l’obiettivo di tutelare il valore dell’ospitalità in Italia. Concretamente, è strutturata in forma di rete di cui fanno parte istituzioni pubbliche, imprese private e singole persone che, per scelta o per vocazione, condividono i principi espressi nel manifesto del movimento.

Quali principi? Anzitutto credere nell’ospitalità come istituzione dell’umanità, come nucleo fondante dei rapporti umani, per cui ospite è sia chi accoglie, sia chi è accolto; in secondo luogo vivere l’ospitalità nel rispetto del territorio (inteso sia come luogo naturale, sia come luogo antropico, plasmato dal passaggio dell’uomo e marcato dai segni – talvolta traumatici – della storia) e delle origini (non tanto come radice biologica, quanto piuttosto come adesione ai modelli culturali con cui veniamo in contatto nel corso della vita); in terzo luogo tramandare l’ospitalità alle nuove generazioni attraverso la cooperazione con il mondo dell’istruzione e della formazione professionale; e infine considerare l’ospitalità come motore di impresa e di sviluppo economico.

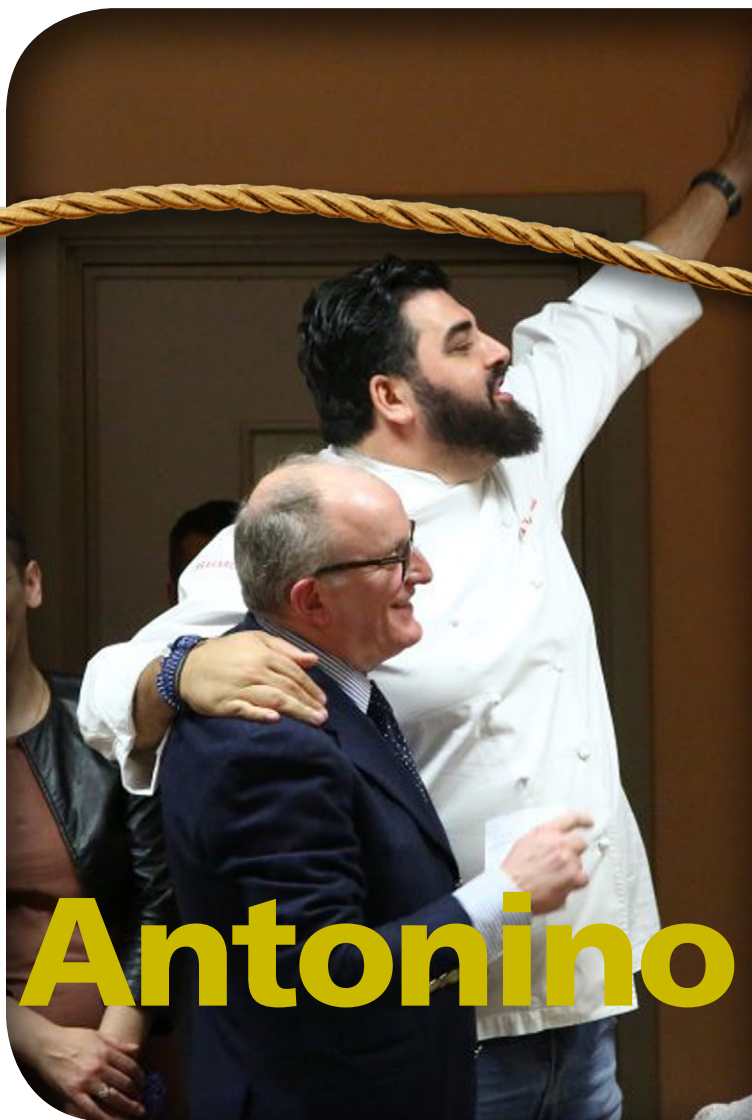
Per favorire il confronto e la riflessione su queste tematiche, a partire dal 2017 Ospitalia ha iniziato a organizzare eventi coinvolgendo i soggetti aderenti, chiamandoli a portare la propria testimonianza e la propria esperienza. In occasione del convegno tenutosi il 23 e 24 aprile 2018 anche la “Scuola di Stresa” ha deciso entrare ufficialmente tra i collaboratori del movimento.

inaugurata una mostra dal titolo "Il potere delle immagini",
che avrà come oggetto le Tavole del capitano Pietro Ricci,
strumento didattico fondamentale del primo
Corso Libero di Turismo di Stresa.



Le Buone

anni con **Antonino**



di EMILIE BOGO e MARTINA MIGLIORANZA,
Socie Hospes

È Antonino Cannavacciuolo a inaugurare "Le Buone Stelle", un'iniziativa di raccolta fondi organizzata dalla "Scuola di Stresa" in occasione dei festeggiamenti per gli 80 anni dalla fondazione.



Cannavacciuolo

Lunedì 26 marzo l'Istituto "Erminio Maggio" apre così le porte a un centinaio di ospiti, venuti per assaggiare le leccornie della tipica cucina mediterranea, fiore all'occhiello dello Chef Patron del ristorante-hotel Villa Crespi di Orta San Giulio.

Dopo essere state calorosamente accolte dagli studenti della classe 4ª A Accoglienza Turistica, prendiamo parte all'aperitivo allestito in Sala Mainardi, completamente trasformata per l'occasione.

Lì possiamo gustare le prelibatezze preparate e servite con cura dagli allievi di cucina e sala-bar, e assaporare i formaggi presentati

da "La Casera" di Eros Buratti. Gradevole sfondo dell'aperitivo sono le canzoni di una giovane alunna – Ilenia Melis, della classe 3^aA Accoglienza Turistica – che con la sua voce intensa e piacevole crea un'atmosfera rilassata e accogliente. «Sono agitata, ma mi sto divertendo molto e questa per me è una grande soddisfazione. È la prima volta che qualcuno canta un karaoke per un servizio del genere» ci confida Ilenia sorridente.

Altrettanto positivo è Mattia Aleo, alunno della classe 5^aB Sala e Vendita: «La serata è partita bene, senza intoppi. Tutti si stanno divertendo e spero che continui così».

Tanta emozione, insomma, ma soprattutto tanto entusiasmo tra gli studenti delle diverse brigate, che si sono profondamente impegnati per rendere la serata indimenticabile: «Bella esperienza! Sono felice di quest'opportunità perché valorizza la scuola ed è un modo per gli studenti di mettersi alla prova con ospiti di un certo calibro. Inoltre nella preparazione si è messa molta dedizione e passione e perciò ci aspettiamo di ottenere da questa serata un riscontro positivo» afferma Davide Girani, alunno della classe 4^aA Accoglienza Turistica. Dello stesso parere è Matteo Gibertoni, della classe 3^aA Accoglienza Turistica: «Mi aspetto che sia una



grande serata e che gli ospiti si divertano e che capiscano l'impegno necessario per organizzare al meglio un evento di tale importanza».

Dalle parole di Nicole Pedercini, della classe 5ªA Sala e Vendita, emerge invece un certo orgoglio nei confronti della Scuola di Stresa: «È un evento che dà molto prestigio alla "Scuola di Stresa"; sprona gli studenti a raggiungere obiettivi di alto livello».

Al termine dell'aperitivo gli invitati vengono accompagnati per la cena nella sala ristorante, dove li attende il menù preparato dello chef Cannavacciuolo: tartare di manzo come antipasto, seguita da un risotto al limone (omaggio dello chef alla sua terra natale), capretto con carciofi e, per concludere, il dessert "Villa Crespi" e le dolcezze della "Chocolaterie des lles".

A fine serata giungono alcuni doverosi saluti e ringraziamenti: primi tra tutti quelli della Preside della Scuola di Stresa, professoressa Miglio, per lo chef Cannavacciuolo, per gli studenti e per i docenti che li hanno guidati in questa esperienza; e poi quelli del Presidente Hospes Riccardo Fava Camillo, il quale ricorda i numerosi sponsor – Alessi S.p.a., Didò floricoltura, Fondazione Comunitaria VCO, Globalpesca S.p.a., I fiori di Bruna, JRE Italia, Terme di Bognanco, Zoppis s.r.l. e il Comune di Stresa – che



hanno dato il loro generoso contributo per sostenere l'iniziativa.

Grande soddisfazione, infine, traspare dalle parole dell'ospite d'onore, lo chef Antonino Cannavacciuolo: «Oggi tornerò a casa orgoglioso. Grazie per questa serata!».

Nel salutarli, cogliamo commenti positivi anche da parte degli ospiti: «Grazie a questa cena si incontrano amici per vivere una serata unica. Esperienza che ha trasmesso emozioni ed ha creato nuove possibilità» dice lo Chef Livigno, un ex allievo della Scuola di Stresa.

Ed è parere di molti che una serata così ben riuscita debba essere replicata, anche all'indomani di questo importante anniversario.

LO CHEF ANTONINO
CANNAVACCIUOLO:
«OGGI TORNERÒ A
CASA ORGOGLIOSO.
GRAZIE PER QUESTA
SERATA!»





"Non lo fare questo mestiere, ma se lo fai, fallo bene!"

questa la risposta del papà alla richiesta del giovanissimo Antonino Cannavacciuolo di poter frequentare la scuola alberghiera.

La promessa è stata ampiamente mantenuta: Antonino è cresciuto, in tutti i sensi, è diventato un omone dalle grandi mani, ma quegli occhi, gli occhi con cui da bambino ammirava la nonna e la sua dedizione nella preparazione dei piatti, sono gli stessi.

Attraverso le trasmissioni televisive lo Chef Cannavacciuolo è entrato nelle nostre case: abbiamo conosciuto la sua simpatia, abbiamo empaticamente sentito sulla nostra spalla il dolore delle sue potenti pacche, abbiamo riso con le sue espressioni napoletane, gli scatti d'ira e gli "addios", ma soprattutto ci siamo commossi nel sentire le parole di incitazione rivolte a quei "ristoratori da incubo" che, per un motivo o per l'altro, avevano perso l'entusiasmo per la cucina: "Io sono un uomo di mare: le persone alla deriva, noi le salviamo". Il suo modo di riaccendere la passione sopita, la sua capacità di incitare a non mollare

davanti agli ostacoli ed ad impegnarsi sempre, gli occhi che brillano davanti ad ingredienti di prima qualità, le mani che accarezzano il cibo, i gesti meticolosi di chi riesce a fare di una semplice pasta al pomodoro un capolavoro di sapori e il cuore: tutto questo è Antonino Cannavacciuolo.

A riprova della sua gentilezza e della disponibilità a confrontarsi con i giovani che sognano di percorrere la sua stessa strada, lo Chef Cannavacciuolo, proprio durante l'evento di cui avete letto sopra, ci ha concesso un'interessante intervista.



Cos'è per lei l'etica del lavoro?

L'etica è una dote innata che si vede dal rigore nel rispettare gli orari e le regole della cucina,

nella pulizia e nella realizzazione di un buon lavoro. nella mia cucina ad esempio le ore non si contano.

È sempre aperta: non vado mai a dormire prima delle tre, e alle tre e mezza arriva il panettiere.

Al giorno d'oggi è importante seguire un'etica professionale? Se sì perché?

È importantissima: senza etica professionale non si potrebbe raggiungere il successo, inteso come livello

SEI REGOLE
INDISPENSABILI
CHE TENGO
SEMPRE A MENTE



di risultato raggiunto. L'etica è l'essenza stessa del lavoro. Per quanto mi riguarda la soddisfazione dei clienti, gli attimi di felicità che affermano di provare quando degustano i miei piatti, mi ripaga di tutta la fatica, e credimi è davvero tanta! Mi piace pensare al cuoco come ad un sarto: deve saper creare i piatti a misura di ogni cliente perché ognuno di loro è unico.

Nel suo lavoro segue un particolare codice etico?

Certo, ho sei indispensabili regole che tengo sempre a mente e che trasmetto a chi lavora con me.

1. LO STAFF È LA TUA FAMIGLIA

Per me, i miei collaboratori sono la mia famiglia. Non si può parlare di "staff" quando uno ti dà le sue energie dalle otto di mattina a mezzanotte. Il personale deve sapere tutto di me, anche quanto guadagno. Non bisogna vergognarsi né avere segreti con i propri collaboratori, perché sono più che amici.

2. SE NON TI PIACE CIÒ CHE FAI, TE NE DEVI ANDARE

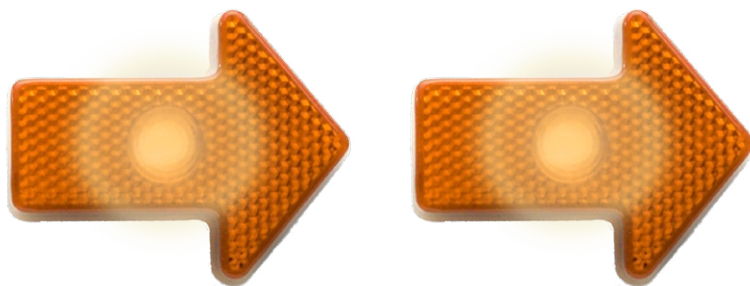
Fare squadra vuol dire che, se non ti piace lavorare in un ristorante, te ne vai: non stai lì a lavorare male, perché fermi il successo del ristorante e il tuo personale. Se lavori male, poi la vita ti presenta il conto e sarà salato.

3. BISOGNA PAGARE I CONTADINI

Usate prodotti italiani, sono i migliori al mondo. Ma ci dobbiamo credere tutti insieme e, soprattutto, bisogna pagare i contadini, perché è grazie al loro lavoro che possiamo offrire ai clienti piatti eccezionali. Senza di loro non siamo niente.

4. È IL MOMENTO DI SORPASSARE A DESTRA

Oggi chi fa qualità, anche se siamo in tempi di crisi, manda via i clienti perché ha tutti i tavoli occupati. E non sto parlando degli stellati, ma anche delle pizzerie in cui mangi con 30 euro a testa. Se hai un ristorante, non devi stare in coda, ma sorpassare a destra, cioè staccarti dalla massa e rischiare. È difficile, ma quando sei partito non ti riprende più nessuno.



5. GUARDATE IL BIDONE

A fine serata bisogna guardare il bidone della spazzatura e deve essere il più vuoto possibile. Bisogna imparare a usare lo "scarto", che poi è una brutta parola, perché lo scarto in realtà non esiste. Un esempio? La buccia di patata: si lava e si fa una terra di patate che diventa la base di un piatto gourmet.



6. MAI DIRE: L'HO GIÀ FATTO

Non dite mai basta, questo l'ho già fatto. Se avete fatto un piatto, rifatelo. Non si smette mai di imparare. Prendete le ricette che sapete fare davvero bene e rifatele, ma aggiungendo qualcosa di nuovo. Se al ristorante fai le pennette saltate al gorgonzola allungato col latte, la gente ti dirà: "Ma questo me lo so fare anche a casa da solo!". Vuol dire che non state smuovendo niente. Studiate, fate e rifate, fino a creare qualcosa di nuovo. Ci ho provato io, provateci anche voi.



Anche l'importanza dello stare a tavola rientra nella sua etica?

Il cibo deve essere inteso come momento di convivio e di aggregazione. Sono cresciuto con pranzi e cene dove lottavo contro la legge di mia mamma: appena si iniziava a mangiare, la tv doveva essere spenta. E così, oggi, in cucina la televisione non c'è. La tavola ti dice chi sei veramente: da dove vieni, come ti comporti.

Non a caso per me la cucina rappresenta anche altro: a casa mia, chi non si sedeva entro l'una e cinque minuti rimaneva senza piatto. Tassativo. La cucina è educazione. Ma anche creatività. Insomma, la cucina come gioia, ma anche ricordo e famiglia: non a caso la mia ricetta preferita, quella che mi emoziona di più, è la pasta e fagioli della nonna.

Ci può parlare della sua formazione?

Sono andato a lavorare in cucina a tredici anni. La notte tornavo a casa con spalle e braccia blu per le mazzate che mi rifilava uno chef. Mia mamma voleva protestare. Mio padre disse: "Se gliele ha date, significa che se le meritava". Ora quello chef lo arresterebbero per maltrattamenti. A me è servito».

Mio padre era cuoco e professore all'Istituto alberghiero di Vico Equense, il mio paese natale, sulla penisola sorrentina: io studiavo nella scuola dove papà insegnava, e lavoravo nell'hotel dove cucinava: La Sonrisa, un cinque stelle a Sant'Antonio Abate, vicino a Pompei; quello dove adesso hanno ambientato la trasmissione Il boss delle cerimonie.

Il mio primo incarico fu aprire le uova: romperle, separare il tuorlo dall'albume, montarle per il gelato alla vaniglia. Aprivo 800 uova al giorno, per fare 50 contenitori di gelato da mettere sulla macedonia e le fragoline di bosco. Alla fine c'era da lavare la cucina, scopare per terra, svuotare il magazzino. Poi mi passarono ai prosciutti. Disossavo venti prosciutti al giorno per preparare i canapé: burro e acciughe, cremoso, uova e caviale, formaggi e, ovviamente, prosciutto. Decorati con il burro, la gelatina, la polverina, la fogliolina: una cosa maniacale, che ora non usa più. Imparare un mestiere attraverso la dura esperienza è la cosa più importante, e l'unico modo è il lavoro. Ancora adesso io saprei disossare un maiale: filetto, controfiletto, cosciotto, ossa, il taglio per il bollito, quello per gli hamburger... Da ragazzino mi veniva la febbre per la fatica, e mio padre mi mandava a dormire in macchina; solo una volta mi portò in ospedale perché avevo le gambe gonfie appunto come prosciutti.

A sedici anni sono andato a Napoli, nelle cucine dell'Hotel Vesuvio. Poi al San Vincenzo, tra Vico e Meta di Sorrento, da Giosué Maresca, ma per arrotondare facevo il falegname. Sono seguiti poi

periodi di stage in due ristoranti francesi nella regione dell'Alsazia, l'Auberge dell'Il di Illhaeusern e il Buerehiesel di Strasburgo.

A diciannove anni sono partito militare a Orvieto: ovviamente mi misero in cucina. Preparavo un buffet con un veliero di zucca, fiori fatti con i rapanelli, le salsicce fresche: anche gli ufficiali venivano a mangiare alla nostra mensa. Dopo la "naia" arrivai qui, sul lago d'Orta, all'Approdo, dove divenni amico



della figlia del proprietario, Cinzia. Amici e basta, per due anni. Poi tornai al Sud, al Quisisana di Capri, e Cinzia venne a trovarmi. Scattò la scintilla. Ora è mia moglie. Ora vivo con la mia famiglia sul lago d'Orta, ma sono legatissimo alla mia Campania: una terra come la mia lascia un'impronta che ti porti dietro dappertutto. Cucinare bene è il mio modo per renderle omaggio, per portare sempre con me i sapori e i profumi che ho lasciato. Anche da qui riesco comunque a sentire il profumo dei limoni, quello del ragù di mia nonna e del pesce appena pescato.

Qual è l'aspetto del suo lavoro che le piace maggiormente?

La soddisfazione maggiore, nella quotidianità di un ristorante? Entrare nel ristorante e trovarci positività, i clienti che escono contenti e poi ritornano. I complimenti delle guide sono belli, certo, ma cosa me ne faccio se poi non ho clienti? Non sono i "Bravo!" dei giornalisti, i premi, le diciotto forchette

o i diciannove coltelli che contano. Ripeto, il mio obiettivo primario non è mai stato mostrare i muscoli con virtuosismi gastronomici, ma badare soprattutto al benessere dei clienti. Cucinare è un atto d'amore e generosità. Nel caso del ristorante, anche un servizio per il pubblico. Con i "no" non si mettono a loro agio le persone. Se qualcuno vuol venire nei miei locali mi piace pensare di soddisfare tutte le esigenze, dettate da scelte personali o da motivi di salute che siano.



Concludendo, quali sono i consigli che si sente di dare ai più giovani che vogliono intraprendere una carriera nel mondo della ristorazione?

Il lavoro in cucina è uno dei più belli al mondo, ma richiede sacrificio, dedizione e voglia di imparare sempre. Ai miei ragazzi dico di non sentirsi mai arrivati, perché se arrivi a quel punto allora la tua carriera è al capolinea. In ogni ricetta va sempre aggiunto l'ingrediente fondamentale: il cuore, la passione. Cucinando con la rabbia, i piatti vengono amari! Il lavoro del cuoco segue le stesse regole della lievitazione. Se quella dell'impasto è lenta, il pane rimane fresco più a lungo. Cucinare è infatti un'attività che richiede tempo per accumulare esperienza, ma soprattutto richiede curiosità e voglia di sperimentare.

Cosa importantissima è non abbattersi per gli insuccessi perché in ogni campo della vita gli errori fanno parte del processo di crescita.

LA SODDISFAZIONE
MAGGIORE È
ENTRARE NEL
RISTORANTE
E TROVARCI
POSITIVITÀ,
I CLIENTI CHE
ESCONO CONTENTI
E POI RITORNANO.
I COMPLIMENTI
DELLE GUIDE SONO
BELLI, CERTO,
MA COSA ME NE
FACCIO SE POI
NON HO CLIENTI?

Le Buone



profumi di Lago alla Scuola

di MICHELA PERNA e SIMEONE VEGLIANI, **Soci Hospes**

Lo chef Marco Sacco, bistellato al ristorante "Piccolo Lago" di Mergozzo, ha avuto un grande successo, tanto da dover raddoppiare le serate previste per i festeggiamenti degli 80 anni della Scuola di Stresa; tutto esaurito per gli appuntamenti di venerdì 20 e giovedì 19 aprile. L'iniziativa - sostenuta dall'associazione Hospes- si inserisce nel calendario di appuntamenti organizzati per gli 80 anni della scuola di Stresa.





di Stresa



I commensali sono stati accolti dai ragazzi e dalle ragazze delle classi 4°B Accoglienza Turistica, 4° e 3° Tecnico Turistico e accompagnati presso la Sala Mainardi, nella quale si è svolta l'apericena, allietata da due giovani alunne cantanti, che hanno reso l'ambiente più accogliente.

"La serata è leggermente movimentata, alcuni di noi hanno già svolto dei servizi presso il Piccolo Lago, lo chef si è dimostrato molto disponibile e cordiale", commentano gioiosi i ragazzi di sala che si occupano dell'apericena.

"Siamo stati aiutati per la preparazione delle basi, lo staff del Piccolo Lago è formato da 4 collaborati e lo chef, è un'esperienza che non ti aspetti, in cui puoi imparare tecniche nuove e vedere l'organizzazione sul campo", raccontano alcune ragazze della classe 4°B Enogastronomico.

"La brigata si dimostra pronta, molto importante per i ragazzi è dimostrarsi aperti al dialogo e di aver voglia di fare, la tensione serve per dare la carica, ma non deve sovrastare il resto" commentano i due maître Giacomo Motton e Cristian Paganini della 5B Sala e Vendita.

"L'organizzazione è stata difficoltosa, c'è voluto molto impegno, ripagato però dalla soddisfazione nel vedere le persone felici e sorridenti, è un approccio per il mondo in

cui lavoreremo in futuro”, affermano Halyna Bylik e Sofia Ferretti della classe 4° Tecnico Turistico.

Presso la Sala Ristorante gli ospiti hanno degustato il menù dello chef composto da Flan di Bettelmatt, riso ai profumi di lago e riduzione agli agrumi, seguito da petto e coscia d’anatra, “Era... glaciale”, un dolce ispirato al noto film d’animazione, per concludere con un caffè e un prodotto tipico di Stresa, le margheritine di Stresa. Il tutto accompagnato da diversi vini Piemontesi, e le acque minerali Terme di Bognanco.

“Il dinamismo dei ragazzi in servizio è stato ottimale, è stata una serata stupenda, gli ospiti hanno espresso numerosi commenti positivi, hanno dimostrato di essere entusiasti e apprezzato molto l’organizzazione della nostra scuola e vedere al lavoro la brigata dei nostri ragazzi, che se vogliono possono dare tanto.” È stato il commento conclusivo da parte della Preside Manuela Miglio.

La cena del 20 aprile conclude così gli eventi con le “Buone Stelle”.

Gli ospiti sono rimasti stupiti e soddisfatti dell’organizzazione generale dell’evento gestita dai ragazzi.

Dagli alunni è emersa la capacità di gestire in maniera quasi impeccabile e in modo cordiale un servizio di tale importanza. La scuola ha lasciato ottimi ricordi nel cuore di tutti, ex allievi, allievi, genitori, persone che per la prima volta si sono messe a contatto con essa, questa cena non aveva solo lo scopo di raccogliere dei fondi, ma anche un’occasione per vivere dei momenti unici.



IO CHE SONO L’ALLENATORE
DELLA SQUADRA,
DEVO TROVARE GLI SPAZI
E IL MODO PER FAR SÌ
CHE TUTTI LAVORINO
SERENAMENTE.

**Cosa è per lei
l’etica del lavoro?**

L’etica del lavoro è la serietà nella vita. Quando tu sei etico nella vita e in tutto quello che fai, ovviamente lo trasporti nel lavoro è il rispetto verso i collaboratori, tra i clienti, nell’ambito lavorativo, questa è l’etica del lavoro. Non dobbiamo mai approfittarci delle situazioni o delle cose, dobbiamo sempre essere rispettosi nei confronti di tutti.





**Al giorno d'oggi è importante seguire un'etica professionale?
Se sì perché?**

Si perché l'etica professionale è quella che poi ti porta a dei risultati, se tu lavori in un determinato modo ottieni dei risultati di visibilità e serietà rispetto a una società che ti guarda, sei sempre sotto a riflettori, come ti muovi è fondamentale, l'etica è importantissima.

Nel suo lavoro segue un particolare codice etico?

Nel mio lavoro, la prima cosa è tutta la squadra che lavora per me, devo mettere nelle condizioni i giovani e tutti i miei ragazzi di lavorare nei migliori dei modi, è chiaro che è un'azienda, che ci sono delle gerarchie, ma nell'insieme di tutta la squadra, io che sono l'allenatore di tutti, devo trovare gli spazi e il modo per far sì che tutti lavorino in una determinata maniera, in una qualità del lavoro predisposta a essere sereni.





DOBBIAMO
 "INSEGNARE" AI NOSTRI
 CLIENTI, CHE CI SI COMPORTA
 IN UN DETERMINATO MODO
 AL RISTORANTE.
 DOBBIAMO FAR CULTURA
 DELL'ACCOGLIENZA
 E DEL CIBO



Esiste oggi un'etica per il cliente?

L'etica per il cliente la dobbiamo costruire noi, cioè noi dobbiamo fare anche cultura e non solo servire cibo, dobbiamo "insegnare" ai nostri clienti, che ci si comporta in un determinato modo al ristorante. Dobbiamo far cultura del cibo, dell'hotellerie e dell'accoglienza, dobbiamo abituare il cliente a entrare nei nostri ristoranti in un determinato modo, predisposti a capire che cosa è il prodotto, che certe cose hanno i loro tempi, la loro ritualità, per cui non devono approfittare di noi con l'arroganza, noi dobbiamo insegnare ai clienti tutto ciò sempre con la professionalità e la serietà che ci distingue, questa si può considerare anche l'etica del cliente, anche lui deve avere una sua etica, capire che venendo da noi vive un'esperienza, si deve lasciar trasportare dall'esperienza che noi gli diamo in quelle due/tre ore che ci dedica.

L'etica è qualcosa di innato o si apprende con l'esperienza?

Io penso, che nasci con delle caratteristiche e queste le devi andare a scoprire, le hai dentro di te, ma se non sei curioso non verranno mai fuori. L'etica può essere che ce l'hai, ma devi scoprirla.



Ci può parlare della sua formazione?

Io ho fatto la scuola media, e poi sono scappato di casa, zaino in spalla. Sono partito per il mondo, non ho fatto la scuola alberghiera, perché ho detto a mio padre che la scuola era un po' pesante per me, ho cominciato a fare l'avventuriero nel mondo del windsurf, ho fatto l'atleta nella squadra nazionale e ho girato il mondo per questo motivo. Una volta tornato indietro ho cominciato a fare il cuoco, sono andato in Francia per capire tutto quello che è la grande cucina francese, il mondo degli stellati. Dopodiché sono tornato al Piccolo Lago, pentito di non aver fatto la scuola alberghiera, tuttavia studio di più adesso rispetto a quando ero giovane, questo è stato il mio percorso. Da lì in poi facendo cucina e grazie al mio interesse per gli studi del mio settore, mi hanno portato a essere quello che sono.

Quindi come ha scelto di fare questa professione?

L'ho scelta perché quando a nove anni mio padre mi ha fatto salire sullo sgabello e vedere quel mondo di pentoloni che fumavano, ho capito che quello era il mio mondo e prima o poi avrei fatto il cuoco.

È stato come un colpo di fulmine, un amore a prima vista, ho fatto la scelta della mia vita.

Qual è l'aspetto del suo lavoro che le piace maggiormente?

E' la condivisione con chi è curioso di capire che cosa è il mio lavoro, tutti i ragazzi che mi seguono e poi diventano dei professionisti, ma soprattutto è quel rapporto con il cliente di reciproca fiducia, quello ti porta a inventare i piatti, cercare nuovi prodotti e offrire tutto questo, è la parte scientifica, la parte creativa e tutta la formazione per le codifiche, tutti quei passaggi sono fondamentali per arrivare alle stelle e fare questo tipo di lavoro, questa è la parte affascinante del mio lavoro.



Per svolgere la sua professione a quali valori ci si dovrebbe ispirare?

Si dovrebbe essere umili, curiosi e ambiziosi, con queste tre cose puoi fare una bella carriera.

Concludiamo con un messaggio per i giovani che vogliono fare questa professione.

Avete il mondo in mano e il mondo vi aspetta, non perdetevi tempo.

Progetti per il futuro?

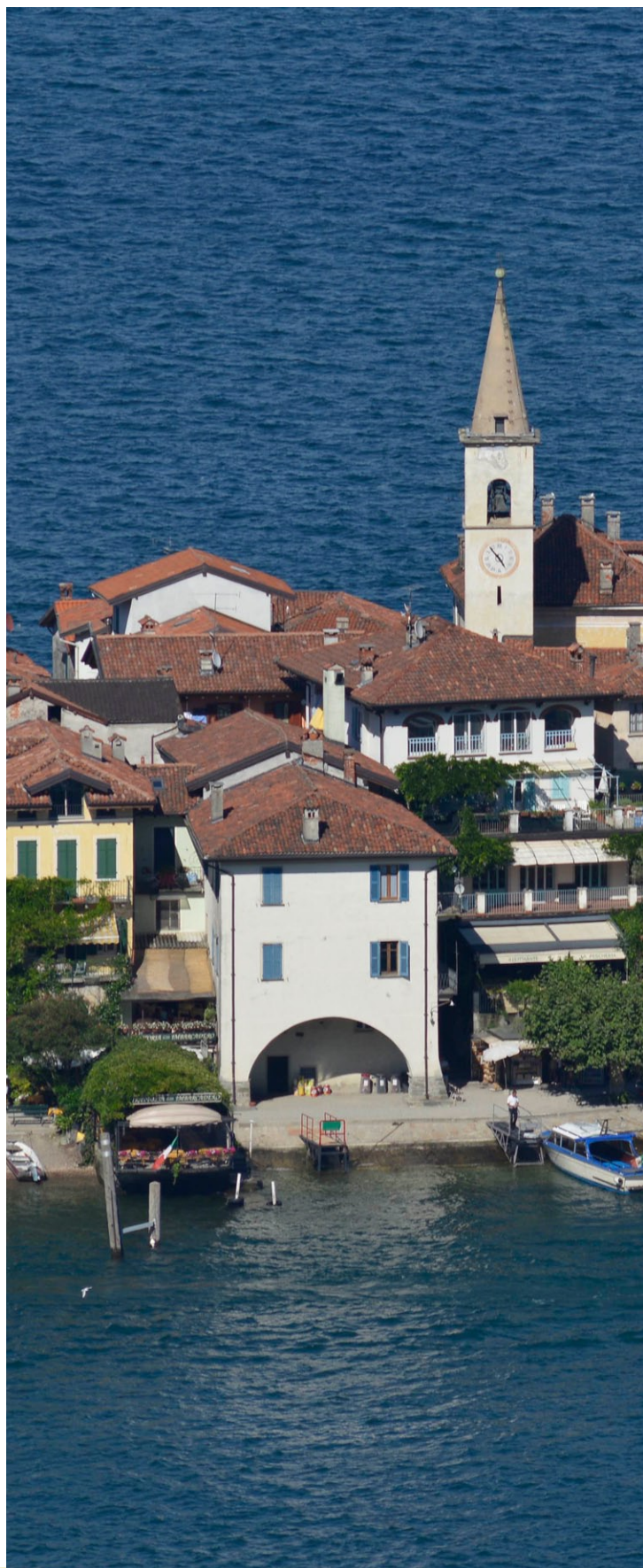
Ce n'è uno, già nel presente, che mi sta particolarmente a cuore e che vede tra i suoi partner anche la Scuola di Stresa. Si chiama 'Gente di Lago e di fiume', una associazione nata ufficialmente nel 2018 con l'obiettivo di tutelare e promuovere l'habitat complesso e poco conosciuto delle acque interne.

Riunisce in una grande comunità partner pubblici e privati: cuochi, pescatori, ittiologi, acquacoltori, enti e organizzazioni, ristoratori, produttori, aziende, professionisti, ma anche semplici cittadini. Gente che crede nell'importanza di tutelare e valorizzare lo straordinario patrimonio ambientale, culturale ed economico delle acque dolci. Una vera e propria rete di formazione e informazione, che nasce in Italia sul Lago Maggiore e guarda oltre qualsiasi confine regionale e nazionale.

Commento della serata.

Abbiamo fatto una serata, abbiamo dovuto replicarne un'altra, il mio approccio alla scuola è stato positivo, i clienti sono soddisfatti, i ragazzi hanno lavorato molto bene. Penso che venire a dare un po' di energia a questi giovani che hanno il mondo in mano, sia fondamentale, i giovani devono avere anche un faro, sapere dove la nave sta andando, altrimenti incomincia a sbandare e non va bene lo facciamo per quello e con un grande entusiasmo, io vivo con i giovani e i giovani mi tengono giovane, quindi è fondamentale.


**GENTE
di LAGO
E di
FIUME**





Voi cosa proporreste?

*Se ci sono argomenti che vorreste approfondire,
scriveteci all'indirizzo email:*

info@associazionehospes.it

