



Turismo - Lago di Garda, estate 2020, Pio Berti, mille attese, mille speranze, ma nulla è più come prima

Roma - 23 lug 2020 (Prima Pagina News) Ne parliamo con Pio Berti, manager del turismo che ha trasformato l'azienda di famiglia in una spa che fattura 70 – 80 milioni di euro l'anno.

- Come è l'estate 2020 sul lago di Garda? Una settimana fa ha aperto, a Garda, una nuova struttura, in assoluta controtendenza rispetto al fenomeno Covid: un residence ultramoderno di 36 appartamenti, l'Olivo, con piscine e barbecue sui terrazzi. Ancora dovevano riempire le piscine e completare il giardino che già fiocavano le prenotazioni, prima ancora che fossero disponibili le foto della nuova struttura. - Dal 1963 oltre mezzo secolo di crescita, decenni di confronto costante con il mercato, una vocazione al turismo che ha determina scelte vincenti in equilibrio tra tradizione e modernità. Cos'era il Du Lac? Era una struttura familiare creata da mio zio Mario, mio padre (cioè suo cognato), ed un altro socio (che ha sposato la sorella della moglie di mio zio). Negli anni Sessanta iniziarono l'attività turistica aprendo un'agenzia e prendendo degli alberghi in affitto. In sostanza siamo tre famiglie ed abbiamo iniziato così. - Quelli erano gli anni in cui iniziava il turismo sul Garda, le stagioni si allungavano, venivano costruiti hotel, si rinnovava l'economia. Da allora tanta acqua è passata sotto i ponti, sino ad arrivare all'attuale stagione post (si spera) Covid. All'epoca eravamo una piccola organizzazione familiare che nasceva con la gestione di alcuni ristoranti e hotel. Col tempo siamo cresciuti, abbiamo costruito l'hotel Du Lac, abbiamo comprato l'hotel Sportsman, abbiamo costruito l'hotel Caesius, abbiamo aggiunto residence e appartamenti. Ad oggi siamo una società per azioni, Europlan, che fattura 70 – 80 milioni di euro - In che modo avete risentito del Covid, soprattutto in considerazione della vostra forte vocazione internazionale? Solitamente aprivamo da fine marzo fino ai primi di novembre. Quest'anno invece abbiamo aperto il 16 luglio con un flusso del 30 per cento. Su cinque hotel, abbiamo deciso di aprirne solo due. Abbiamo persone in cassa integrazione: la nostra struttura si è arricchita nel corso degli anni, abbiamo fatto un percorso importante con il personale ma oggi non possiamo metterli tutti al lavoro. Quel che facevamo prima comportava un personale diverso: come tutti, abbiamo dovuto ridurre la nostra potenza nell'organizzazione. Non possiamo avere quest'anno cinque bariste ma tre, per esempio. Il cliente c'è ma non si creano assembramenti. Avevamo serate di musica e non possiamo più farla. Abbiamo sistemato tutto secondo regola, in modo tale che ci sia una distanza adeguata, il controllo della temperatura corporea e della mascherina all'ingresso. - La stagione sta andando come vi aspettavate? E' stata una sorpresa positiva riuscire a fare più del 20 -30 per cento di occupazione. A luglio siamo al 50 – 60 per cento, con punte del 90 – 100 per cento nei weekend. I tour operator hanno avuto un calo del 70 – 80 per cento del volume di lavoro ma abbiamo una buona fetta di privati che non vedono l'ora di venire qui: molti sono clienti abituali che non rinunciano alla vacanza -La clientela? Tradizionalmente, avevamo una clientela tedesca, oggi sono 70 per

cento tedeschi e 30 per cento italiani. Gli inglesi sono stati bloccati negli spostamenti, non possono arrivare, hanno rinviato al prossimo anno. Tutti i reparti sono organizzati per accogliere il cliente secondo le normative in vigore. Per esempio, prima per la colazione avevamo un buffet grandissimo con più di cento articoli, ora viene fatto servizio al tavolo. C'è un cambiamento della vacanza ma vediamo che i vecchi clienti sono contenti e prolungano quindi la voglia di far vacanza rimane e nei fine settimana siamo pieni. -Qual è il segreto per funzionare bene anche nell'estate 2020, senza eventi, senza feste, senza la programmazione dell'arena di Verona? Noi abbiamo sempre puntato molto sulla qualità, sulla formazione e sulla fidelizzazione non solo del cliente esterno ma anche del cliente interno. Il Covid ci porta a riorganizzarci, per questa stagione, con una squadra "di emergenza" per riuscire a mantenere il contatto con i nostri clienti in maniera positiva. Di certo una esperienza al lago di Garda quest'anno è davvero autentica: non ci sono gli spettacoli all'Arena di Verona o altri eventi, per cui quest'anno il turista che viene qui è il turista che davvero ama il lago, la tranquillità e le bellezze del territorio del Garda. -Prospettive per l'autunno? La grande incognita è un altro focolaio che nel giro di un mese potrebbe riportare l'Italia alla chiusura. Di certo fino alla metà di agosto viaggiamo sul 70 – 80 per cento di occupazione come media, nel weekend arriviamo anche al 90 – 100 per cento. Dopo metà agosto si vedrà cosa accadrà col Covid. Se va tutto bene resteremo aperti fino a metà ottobre e poi riapriremo l'hotel Caesius un quattro stelle superior con la spa resort che viene apprezzato anche in inverno.

(Prima Pagina News) Giovedì 23 Luglio 2020