

VITA DA DIRETTORE/2 - La storia del Lido Seegarten attraverso le parole della sua "guida", Marco Huber «L'ospitalità è un marchio di famiglia»

Tutto iniziò 99 anni fa grazie... alla nonna.
Quasi un secolo di passione, gioie e cambiamenti.

PAGINA A CURA DI

Gabriele Botti

Come si diventa direttore di un albergo?

La mia è una storia lunga e piuttosto particolare. Mio nonno nel 1918 si trasferì a Lugano per occuparsi della linea del tram che da Lugano portava a Sonvico-Dino. Era uno specialista di locomotive elettriche e, tra l'altro, fu il primo a condurre una sul Lötschberg. La ristoratrice era però la nonna ed è a lei che si deve l'idea di aprire questa attività. Fatto sta che il nonno trovò una casetta sul lago e lì nacque la Pension Seegarten - Albergo Lido in italiano - con due camere e un ristorante. Sempre mio nonno è successivamente stato l'artefice delle modifiche in diverse tappe dell'albergo. Alla direzione qualche tempo dopo gli è succeduto lo zio, mentre mio papà scelse un'altra via, diventando uno dei primi specialisti in chirurgia generale del Cantone.

Un proprietario-direttore mette le sue energie nell'albergo, ci tiene in modo particolare. L'albergo è casa sua nel vero senso del termine

Intanto, lei, ancora bambino, osservava tutto quanto accadeva...

Sì. Io ho sempre avuto la passione per gli alberghi in genere e per quello della mia famiglia, in particolare. Ci trascorrevano ore e ore, conoscevo tutti, mi muovevo con disinvoltura, tutto mi incuriosiva. Quando avevo una decina d'anni mia mamma, che aveva intuito la mia attitudine, mi iscrisse alla Scuola alberghiera di Losanna: c'era il numero chiuso e occorreva muoversi con un certo anticipo. Comunque sia, già da piccolino avevo il sogno di occuparmi un giorno dell'albergo, pianificavo interventi e modifiche, fantasticavo su come sarebbe potuto diventare. E mi vedevo al suo comando.

E un giorno è accaduto.

Ero erede per un ottavo della struttura. All'inizio degli anni Novanta, mi sono accordato con i fratelli e nel 1991 sono tornato da Zurigo per riprendere la gestione dell'albergo. Nel 1992 ho comperato la metà di mio zio e sono diventato l'unico proprietario.

Ci sono alberghi condotti dai direttori scelti dai proprietari o dai precedenti direttori e poi ci sono alberghi di famiglia, in cui la figura del direttore coincide con quella del proprietario. È il suo caso. Come convivono i due ruoli?

Bene, avverto uno spiccato senso di responsabilità, so che questa "azienda" mi appartiene e so che le mie scelte ne determinano il destino. Un proprietario-direttore mette tutte le sue energie nell'albergo, ci tiene in modo particolare. L'albergo è casa sua nel vero senso del termine. Diciamo che ho una famiglia allargata composta, nel mio caso, da una cinquantina di persone.

Che situazione trovò nei primi anni '90?

La struttura non era più al passo con i tempi e pertanto furono necessari interventi piuttosto marcati. Ho sempre però dato atto a mio zio di essere riuscito negli anni a mantenere la struttura funzionante anche se solo stagionale. Per me è stato un buon punto di partenza. A cavallo tra il 1994 e il 1995 ho praticamente svuotato l'intero stabile e ricostruito l'albergo con un concetto contemporaneo e dal 1996 l'albergo è a conduzione annuale.

La metà degli anni '90 ha però coinciso con l'apice di una crisi turistica che colpì su tutto il territorio. Come affrontò quegli anni?

Le cose cambiarono in fretta e in pochi anni perdemmo, come gli altri, un elevato numero di clienti. Ma era solo l'inizio: vari periodi di crisi si sono via via succeduti a ritmo regola-

re. Il punto più basso è stato toccato dopo il 2008 con il crac finanziario internazionale che ci ha privato del 20% di clientela. Adesso le cose stanno lentamente migliorando, anche se paghiamo ancora a caro prezzo la forza del franco sull'euro, problema principale del settore in Svizzera insieme a quello dell'alto costo degli alimenti.

Lei ha seguito le orme del nonno, della nonna e dello zio. C'è qualcuno che sta già camminando dietro di lei?

Ho la fortuna che mio figlio è attratto dal mestiere. Per ora non è importante sapere se lo farà qua a Lugano oppure da un'altra parte, deciderà lui. Frequenta l'eccellente Scuola alberghiera di Losanna, come ho fatto io. Un bel segnale!

Ne abbiamo accennato, ma glielo chiedo espressamente: cosa significa dirigere un albergo?

Siamo una grande famiglia, posso contare su una cinquantina di ottimi collaboratori che sono anche ottime persone. Mia moglie è la mia spalla e lavora qui occupandosi del Front Office, della vendita e della banchettistica, mentre io gestisco il personale, il settore amministrativo e gli investimenti. Dirigere un albergo significa sapere che devi essere costantemente un esempio positivo, un punto di riferimento, un motivatore. Non c'è stanchezza che tenga: lo devi fare. Non puoi pretendere dagli altri una determinata attitudine se tu stesso non sei in grado di dare in ogni istante il buon esempio. La solidità e la credibilità di una struttura è il preciso riflesso del suo direttore.

Che rapporto intrattiene con i dipendenti?

Mi comporto più da padre di famiglia che da capo. Li chiamo tutti per nome e mi piace parlare con loro, capire i loro problemi, dare un consiglio. Con mia moglie curiamo i rapporti con loro in prima persona, senza intermediari. Io mi occupo delle assunzioni, dei colloqui. Credo sia essenziale essere in prima linea. Non bisogna mai dimenticare che il cuore di un albergo sono le risorse umane. Sono il suo vero valore aggiunto e va gestito in modo oculato rappresentando nel contempo il maggior onere economico.

Qual è la sua "filosofia gestionale"?

La regola aurea è essere trasparenti, dire le cose come stanno, non arrogarsi meriti che non si hanno. Bisogna essere corretti e pragmatici. Costruirsi un'immagine pulita e coerente è assolutamente necessario se si vuole avere successo. Reputo poi centrale che il rapporto con i dipendenti sia improntato sulla chiarezza e la correttezza reciproca. Se così non fosse, anche il servizio ne risentirebbe a discapito del cliente. Non deve accadere. Un'altra regola che rispetto sempre è fare il passo secondo la gamba. Tutti vorrebbero migliorare, ampliare, aumentare, costruire, ma occorrono misura e razionalità.

La sua giornata tipo?

Sono piuttosto mattiniero. Il bello del mio lavoro è che ogni giornata è sostanzialmente diversa dalle altre: ci sono diversi controlli da fare, parlo con i miei collaboratori, verifico che tutto sia a posto, trascorro del tempo in ufficio per smaltire la posta, stilare consuntivi, pianificare e svolgere tutte le incombenze amministrative. A intervalli faccio un giro nei piani e nei locali di produzione, mi confronto con il maître e lo chef di cucina e la governante. Ovviamente, discuto di

tutto con mia moglie, vero punto di riferimento all'interno dell'albergo.

Non stacca mai?

Certo che lo faccio. La domenica è sacra, è la giornata dedicata alla famiglia, al riposo. È una valvola di sfogo. Anche se con la testa si è sempre qui...

Vacanze?

Le facciamo regolarmente, ho voluto che mio figlio visse l'esperienza della sabbia in estate e della neve in inverno, ho sempre voluto non renderci schiavi dell'azienda e l'obiettivo è stato raggiunto.

E cosa fa un direttore di un albergo quando arriva in un altro albergo?

Si guarda attorno con curiosità. Mi piace molto visitare le altre strutture, chiedo sempre di poter dare un'occhiata alle cucine, cantina vini e locali di produzione in genere perché c'è sempre da imparare. Lo scopo non è criticare, ma appunto apprendere e magari carpire qualche segreto da portare a Lugano.

Su cosa si basa il rapporto che nel tempo si instaura con i clienti?

Il nostro mandato è chiaro: abbiamo il dovere di dare il massimo affinché chi ci sceglie si senta perfettamente a suo agio. Le sue richieste vanno sempre vagliate con attenzione e, se ciò risulta possibile, soddisfatte. Rispetto a qualche anno fa, sono rari i clienti di lunga data e quindi anche i reciproci rapporti sono un po' differenti.

Che tipo di clienti ha il Lido Seegarten?

Va dapprima specificato che il "sistema" di fare vacanza a Lugano è mutato e che sono ormai rari i soggiorni che superano i 3-4 pernottamenti. Le famiglie che arrivavano da noi per una o due settimane non ci sono quasi più. Se parliamo di percentuali, abbiamo il 95% di clienti individuali (coloro che riservano in prima persona, singoli, congressisti o famiglie che siano). La maggior parte arriva dalla Svizzera, il 10-15% sono tedeschi, un altro 10-15% nordici, italiani e francesi. Pochi gli americani e pochi i turisti asiatici. Sull'arco dell'anno, ospitiamo in prevalenza uomini d'affari, mentre il turista classico e le famiglie arrivano tra giugno e ottobre. Sbarcare il lunario solo con l'apporto del turismo "classico" è un concetto che appartiene al passato. Ora siamo nell'epoca del mordi e fuggi che obbliga l'albergo a una maggior elasticità e disponibilità. Abbiamo i ritmi di un albergo di città più che di una struttura vacanziera. Il cliente va veloce, come veloce corre la nostra società. A volte penso con malinconia a come era la vita dell'albergo di tanti anni fa.

E che Lugano è questa? L'operatore turistico può ritenersi soddisfatto di quanto si fa per promuovere il settore?

A me piace considerare il positivo di quello che abbiamo, che non è poco, però ho l'impressione che Lugano pecchi di intraprendenza, di apertura e che ci sia scarsa voglia di innovare. Pensiamo al Palazzo dei congressi: è quello che era decenni fa, con limiti notevoli. Bisognerebbe osare di più e fare di più, porsi degli obiettivi elevati e fare in modo di pretendere che vengano raggiunti. Lugano ha un grande potenziale ancora inespresso. Ed è un peccato. In questo senso, siamo perdenti rispetto a città che si vendono meglio. Guardi, Lugano attira sempre, è piacevole da frequentare, però non sempre basta, ci vuole di più. Ci vuole appunto innovazione, il "prodotto Lugano" va venduto in modo più attivo, sfruttando le nostre indubbie eccellenze e le nostre tradizioni che al di là delle alpi suscitano sempre grande interesse.



Andiamo nel concreto: cosa aggiungerebbe alla Città in funzione turistica?

Difficile dirlo... Magari ripenserei alla zona del lido, migliorerei la fruizione del lago così come avvenuto con buoni risultati a Locarno. Avere a Lugano uno Splash e Spa rappresenterebbe un atout formidabile. Ci sono spazi ancora totalmente inesplorati. Durante i mesi invernali, da decenni, non si sa cosa proporre al turista... Benvenuto LAC!

Due parole anche sulla linea veloce di AlpTransit: ha notato delle differenze rispetto al periodo precedente la sua introduzione?

La statistica indica che i passaggi giornalieri sono cresciuti ed è un bene. Per quanto concerne noi, be' posso dire che diversi svizzeri tedeschi ci hanno detto che sono giunti a Lugano proprio con il treno. Benefici quindi ce ne sono e ce ne saranno, anche se la maggior parte dei clienti arriva e arriverà in Ticino sempre in auto. E qui Lugano deve migliorare: mancano posteggi e il sistema viario non funziona, anche perché è caratterizzato dagli spostamenti di chi appunto si avventura per strada alla ricerca vana di un posto per lasciare l'auto. È un difetto da correggere.

Nota che purtroppo, nello specifico, la politica fatica a trovare un accordo. A volte pecchiamo di provincialismo e superficialità, perdendo di vista quelle che sono le nostre reali priorità.

Infine, le chiedo: che futuro vi attende?

La sfida è anticipare i cambiamenti, capire dove il mondo sta andando. E agire di conseguenza. L'anno prossimo avremo un secolo di vita... Se siamo ancora qui è appunto perché siamo stati in grado di cogliere il "nuovo" per tempo, cavalcando l'onda. Ho tante idee in testa, un albergo senza idee è morto. Il progetto più importante riguarda la ristrutturazione delle camere e la creazione di alcune nuove sale.

IN BREVE

L'hotel è stato creato dai nonni Rosa e Rudolf Huber Sohm negli anni 1920, partendo da tre case esistenti comperate, trasformate, unite fra di loro e innalzate in tre fasi diverse. Alla morte dei nonni, l'albergo è stato diretto dal figlio Max Huber e la moglie Marta von Allmen. La piscina è stata invece costruita negli anni '70. Nel 1991 il Lido Seegarten è stato rilevato dal nipote Marco Huber che lo gestisce tuttora con la moglie Simona Franscini. Nel 1995 è avvenuta la totale ristrutturazione che è durata 8 mesi.



In alto, il direttore nel suo ambiente naturale. Sopra, una veduta esterna del Lido Seegarten. (foto Reguzzi)