

VITA DA DIRETTORE/6 - Intervista doppia a Manuela e Luciano Fadani, responsabili dell'Hotel Pestalozzi

La sostenibile leggerezza di un sorriso

Lavorano assieme da una quindicina d'anni
«Ci completiamo e amiamo quello che facciamo».

PAGINA A CURA DI

Gabriele Botti

Come siete arrivati al Pestalozzi?

Manuela Fadani Io quasi per caso. O per fortuna. Nel 1998 la gente dell'albergo andava in pensione. Quando l'ho saputo, ho scritto a chi si occupava dell'assunzione della nuova direzione dell'Hotel Pestalozzi. Così mi hanno invitata qui. Allora avevo 28 anni e mi hanno scelta. Forse anche per scommessa, visto che mai prima di allora avevo diretto un albergo. La realtà di Lugano la conoscevo comunque già bene avendo lavorato diversi anni come chef reception e assistente di direzione.

Luciano Fadani Ho assunto la gestione del ristorante nel 2000, anche se già da un paio d'anni collaboravo con il Pestalozzi. Prima ho lavorato in altre zone del Cantone come chef di cucina. A un certo punto ho però deciso di cambiare vita. Appena mi è stata proposta la gestione del ristorante e della cucina qui al Pestalozzi ho accettato: è una sfida che mi ha subito intrigato e convinto. Conoscevo il potenziale di questo posto e il tempo mi sta dando ragione.

Quando è nata la passione per l'albergo e la ristorazione?

LF È stato inevitabile: i miei genitori erano albergatori in Italia così come lo era mio zio. Ma io non ho voluto comprare nulla: essere proprietario non mi interessava, perché so quale stress comporta. In qualità di gestore le responsabilità non mancano, ma la pressione è senza dubbio minore. Io sono nato a Coira, i miei hanno lavorato a Bad Ragaz e ad Arosa. Per me la Svizzera è sempre stata un punto di riferimento.

MF Io sono nata e ho vissuto in Austria. I nostri vicini avevano un ristorante e lì ho iniziato a lavare i piatti e a fare la cameriera. Avevo una buona predisposizione per le lingue e pertanto ho scelto il settore del turismo. Ho fatto un po' di tutto e nel 1988 mi sono spostata in Svizzera. Perché? Una mia amica mi aveva raccontato che qui si stava bene e aveva ragione. È un posto dove ti vengono concesse delle possibilità e con il sacrificio e il lavoro puoi emergere.

Vi siete conosciuti in un ambiente professionale?

LF Sì, in un albergo a Lugano, dove io ero chef di cucina e Manuela segretaria.

Cosa significa lavorare con la propria moglie e il proprio marito?

LF All'inizio è stato abbastanza difficile, ma abbiamo saputo adattarci. Coordinarsi e capirsi ha richiesto del tempo, forse qualche mese. Io sono un po' un cavallo pazzo, lei ha il pragmatismo del

nord. Ho dovuto cambiare, ma piano piano le cose si sono assestate nel modo migliore.

MF È stato ed è tutt'ora impegnativo. Ma abbiamo capito in fretta che se volevamo lavorare assieme e costruire qualcosa, dovevamo dividerci bene i compiti. Lui ha assunto le redini del ristorante, io dell'albergo. Chiaramente si collabora, si parla molto e si cercano i compromessi, ma ognuno ha il suo campo d'azione e competenze ben precise.

Avete lo stesso stile di conduzione?

MF No, però su una cosa siamo perfettamente allineati: il cliente è per entrambi al primo posto. Lui ha un approccio più personale e amichevole, io un po' più distaccato e formale. È una questione di carattere. Ci accomuna il sorriso e il senso d'umorismo.

LF Il cliente ha bisogno di sentirsi a casa, di stare tranquillo, di stare bene. Io evito gli esagerati formalismi, prediligo la battuta, ma sempre con misura. La gente vuole mangiare bene, certo, ma anche sorridere, rilassarsi per un'oretta. Considero il Pestalozzi la mia seconda casa. Non mi sento un dipendente. Cosa che si vede anche nel mio approccio al cliente.

Cosa distingue il Pestalozzi dagli altri alberghi?

MF Credo la sua particolare atmosfera, l'abbinamento tra passato e presente, tra le ricette della nonna e la tecnologia moderna. Il cliente torna da noi anche e soprattutto per questo, perché sta bene, si sente a suo agio. È come diceva Luciano: il cliente ha l'impressione di essere a casa sua, ma... in vacanza! Per noi è essenziale che chi parte da Lugano sia felice non di andarsene, ma di aver vissuto un'esperienza positiva, completa. Abbiamo il 50% di clientela abituale, il che ci fa pensare di essere sulla buona strada.

Cosa significa essere in centro?

MF Ovvio: è un vantaggio per la posizione. Chi ci sceglie sa dove siamo, siamo facilmente raggiungibili e il Piano viario del Polo ci ha aiutati: ora abbiamo una fermata proprio davanti l'albergo.

Finalmente ho trovato qualcuno che apprezza il PVP!

MF Per noi è stato un regalo. Detto questo, essere in centro comporta anche uno svantaggio: i rumori notturni, non quelli delle auto bensì dei bar. In certi periodi è quasi un incubo. Però abbiamo anche camere sul retro e riusciamo ad accontentare tutti. In fondo, siamo in piena città e ottenere il silenzio totale non è possibile.

LF Per il ristorante la nostra posizione è un atout per il pranzo, non

per la sera. Non abbiamo posteggi, la gente tende a uscire dalla città. Avessi più posti-auto sarebbe meglio, potrei proporre qualcosa di particolare. Inoltre, ci manca anche un giardino.

Una svolta per voi epocale è stata l'introduzione del consumo di bevande alcoliche. Come mai avete compiuto questa scelta?

LF È stata una mia idea ed anche necessità. Volevamo aumentare le entrate e soprattutto non volevamo ridurre il nostro team di collaboratori perché il lavoro la sera e il weekend era diminuito. Dovevamo provare altro. In due anni abbiamo incrementato del 20% gli introiti del ristorante. Posso aggiungere ancora una cosa sul ristorante? Ci tengo.

Prego.

LF Sa, non abbiamo il grande chef, ma cuoche/i che costruiamo piano piano attraverso la serietà del lavoro. Siamo dei formatori e ne siamo orgogliosi. Ci piace produrre in casa e il cliente apprezza.

Torniamo all'albergo: che tipo di clientela avete e come è cambiata nel tempo?

MF Abbiamo parecchia clientela svizzera, direi quasi il 50% del totale, il 20% sono italiani e il resto proviene dal resto del mondo. Durante la settimana ospitiamo uomini di affari, nel weekend e in estate il turista classico. Il panorama è vario: giovani, anziani, famiglie, single. È un posto che piace a tutti e abbiamo offerte molto mirate: fissarsi su un solo target sarebbe un rischio perché occorre occupare l'albergo tutto l'anno. Oggi dobbiamo guardarci anche dalla concorrenza degli appartamenti e degli alloggi privati, un mercato in espansione. Come combattere? Con le armi della gentilezza, del servizio e della qualità inappuntabili e del migliore rapporto possibile di qualità-prezzo.

In questi anni il Pestalozzi ha cambiato faccia: che importanza ha investire risorse con costanza?

MF È decisivo. Negli ultimi 19 anni abbiamo investito 12 milioni di franchi: in pratica, abbiamo ristrutturato l'intero albergo. E ora si ricomincia. Le esigenze dei clienti cambiano e bisogna stare al passo. Non basta pianificare anno per anno, occorre avere una visione chiara sul medio periodo.

I dati recenti sembrano inequivocabili: il turismo è in ascesa. Sono tutte rose e fiori?

MF Sono statistiche che a volte non capisco. In fondo, sono solo numeri e come tali vanno considerati. Bisogna interpretarli. Quello che conta è la nostra per-



Manuela e Luciano Fadani. (fotogonnella)

cezione, quello che facciamo sul campo. I risultati si vedono ogni giorno. Credo che chi lavora in questo settore debba rimanere positivo, la negatività non serve. Certo, non sono tempi facili, ma se ognuno ci mette del suo si può senza dubbio crescere. Sottolineo che il Ticino Ticket ci aiuta: spero solo che lo mantengano...

Come accaparrarsi più clienti?

MF Ci basiamo molto sul passaparola, sulla reputazione e la presenza online. Siamo nell'epoca social... Non abbiamo un marketing particolarmente aggressivo. Ci piace ascoltare il cliente e se c'è qualcosa che non va, lo miglioriamo. Siamo vigili e aperti.

LF Per il ristorante è diverso: chi mangia è raro che guardi l'online. Sa semplicemente che qui si sta bene. E lo sa perché ci segue da anni o perché qualcuno gliel'ha suggerito.

Che rapporto avete con i dipendenti?

LF Fortissimo e solido. L'ho det-

to: questo posto è la nostra casa e i dipendenti fanno parte della nostra famiglia. C'è empatia tra di noi e non è un caso che il ricambio sia minimo. Chi va via lo fa solo perché va in pensione.

Che vita avete fuori dal Pestalozzi?

MF Bè, siamo aperti tutto l'anno, non è che rimanga molto tempo per fare altro e quello che resta lo dedichiamo alla famiglia, a nostra figlia che ha 16 anni. Ci prendiamo le nostre pause, abbiamo un ottimo team di collaboratori che ci sono fedeli e di cui ci fidiamo. Però io e Luciano non facciamo quasi mai vacanze assieme, uno rimane sempre qui: ci sono delle responsabilità che dobbiamo assumerci noi.

Progetti?

MF In novembre ristrutturiamo le ultime camere e avremo i servizi in ognuna di esse. Poi, dopo un anno di pausa, ci occuperemo della parte nord dell'albergo dove è previsto un altro restyling. Fermi non si sta mai.

Correva l'anno 1913... Una storia particolare e tutta da raccontare

Nel 1913 alcuni membri della Chiesa Evangelica riformata locale - tra loro il pastore Niklaus Bolt, famoso scrittore svizzero - constatarono la mancanza di un esercizio pubblico che non offrisse bibite alcoliche. Per concretizzare il progetto del ristorante avevano bisogno di una somma di 10.000 franchi. I fondi per la realizzazione del ristorante derivarono da donazioni di amici "difensori della causa" e da una serata ticinese organizzata a Basilea. Nel febbraio 1914 fu fondato il "Verein für ein alkoholfreies Restaurant". Nel mese di marzo vennero individuati i locali adatti in Corso Pestalozzi 13 di proprietà di Emilio Lucchini. Il nome del locale "Pestalozzihof" deriva dalla posizione in Corso Pestalozzi. Nel giugno 1914 si aprirono le porte del Ristorante analcolico Pestalozzihof. All'inizio la gestione del locale fu affidata a privati, ma dopo il terzo cambio in meno di due anni, il locale venne gestito da una commissione aziendale in collaborazione con il Consiglio d'amministrazione dell'associazione. Il locale diventò ben presto un luogo d'incontro molto popolare per i soldati grazie alla collaborazione con il Comitato dell'assistenza per i soldati svizzeri. Il locale era un punto di riferimento per chi desiderava leggere o per chi cercava un posto per scrivere. Per aumentare l'interesse della popolazione locale - ai tempi ancora scettica nei confronti di un locale analcolico - si organizzavano dei bazar, serate teatrali e conferenze riguardanti vari argomenti. Nel 1921 la situazione economica cominciò a diventare nuovamente difficile e nel 1923

alcuni membri invitavano a riflettere se non convenisse trasformare il Pestalozzihof in un ospizio dato le numerose richieste e si propose al signor Lucchini di acquistare la sua proprietà. Rifiutò. Dal 1926 si iniziò ad affittare delle camere nell'edificio del signor Lucchini. Nel 1927 all'associazione giunse la proposta del signor Beretta di acquistare l'attuale proprietà per 126.000 franchi. L'af-



fare andò in porto e il progetto fu finanziato con le obbligazioni della Banca della Svizzera Italiana, diverse donazioni e collette. La posa della prima pietra risale al 1927. Il progetto comprendeva 38 camere con 70 letti, il ristorante al pianterreno con 160 posti e due sale comunali al primo piano. Negli anni '30 e '40 la gestione dell'esercizio incontrò diverse difficoltà a causa della situazione economica problematica e la Seconda Guerra mondiale. Nonostante la guerra il numero di frequentatori continuava però a crescere anno dopo anno. Verso la fine degli anni '40 si incominciò a ristrutturare le camere, acquistare più macchinari che facilitassero il lavoro manuale e installare acqua calda e fredda nelle camere. Nel 1962 si arrivò a 213.630 clienti al ristorante - si parla di una media di ben 585 ospiti al giorno, cifra poco immaginabile nei tempi odierni. E arriviamo al 1974: per mancanza di camere fu ampliato il quarto piano sud e furono costruite 6 camere nuove nonché installato l'ascensore attuale. Per avere entrate maggiori, furono aumentati man mano i prezzi e a tappe fu ristrutturato l'albergo (1979-1987). Per tutti questi lavori furono spesi 2,5 milioni, finanziati con guadagni propri e un'ipoteca di soli 222.000 franchi. Negli anni '80 furono poi rinnovate le camere, la sala al primo piano, il ristorante con buffet e alla fine il cortile, la cucina e l'entrata principale. E dal 1997 a oggi non si è mai smesso di investire, spendendo un totale di oltre 11 milioni finanziati al 90% con i mezzi propri.