

Gli hotel delle terme alla ripartenza puntano sul mercato interno

notizia pubblicata **16 Giugno 2020** alle ore **11:50** nella categoria **Alberghi**



Investire sulla clientela italiana, rimodulare le tariffe, guardare ad un target diverso e aumentare la formazione del personale: al tempo del covid le strutture termali hanno dovuto ‘cambiare pelle’ e strategie di marketing, come racconta Chiara Borile, a capo con i fratelli Cristina e Alessandro dei GB Hotels, il più grande gruppo alberghieri termale d’Italia con cinque hotel a cinque e quattro stelle tra Abano e Montegrotto.

“Il fine settimana ha visto arrivare 150 clienti sui 300 della piena capienza – racconta Borile – . Tutti italiani, ad eccezione di un paio di coppie tedesche e russe”. In piscina a prendere il sole sono famiglie dall’accento veneto, lombardo o emiliano. Tutti si sono adeguati senza problemi alle nuove regole imposte dal Covid. Negli spazi interni si gira con la mascherina, le jacuzzi esterne per ora sono a riposo, saune e bagni turchi funzionano su prenotazione. Gli italiani rispettano con rigore le novità, compresa la misurazione della temperatura e le norme imposte per salire in ascensore. Anche i trattamenti, al tempo del Covid, seguono le prescrizioni di sicurezza. I terapeuti hanno la mascherina mentre effettuano qualunque attività, dal fango termale al massaggio. Gli asciugamani e le salviette sono monouso: ogni cosa, compreso il lettino, viene sterilizzata prima della seduta.

“Le terme si stanno affollando – spiega Borile – perché le piscine termali sono igienizzate con il cloro, come imposto dall’Usl. Tutto l’hotel segue le direttive dettate dal direttore sanitario, alle quali fa riferimento

anche una serie di piatti pensati per alzare le difese dell'organismo, l'ImmunoMenù". Si scommette sulla ripresa totale dell'attività anche perché i costi di gestione in modalità antivirus sono lievitati. E non di poco. A riaffacciarsi per primi nel fine settimana di riapertura sono soprattutto i clienti affezionati dell'hotel, lo zoccolo duro di repeater conquistato negli anni. Per l'estate si punta al riaffacciarsi dei russi, attesi con la ripresa dei voli da Mosca sul 'Marco Polo' di Tesserà, e al ritorno della tradizionale clientela tedesca. "Stanno rispondendo bene i clienti che ci conoscono da tempo – conclude Borile -. Li abbiamo contattati uno ad uno. Stiamo lavorando sulla fiducia e questo lavoro, duro ma necessario, ci sta ripagando".