

Nascita ed evoluzione del Campofelice di Tenero: la più grande struttura ricettiva del cantone. L'azienda, in costante crescita, e le sue sinergie con BancaStato



Sul Verbano un esempio virtuoso di imprenditoria, successo e territorio

■ Sapere ascoltare l'ospite, avere coraggio nelle scelte imprenditoriali e infondere ogni giorno tanta energia nella propria attività. Sono questi alcuni degli ingredienti della storia di successo rappresentata dal Campofelice di Tenero, ovvero la più grande struttura ricettiva del cantone che ha conquistato anche importanti riconoscimenti internazionali. Una storia di successo iniziata quasi 70 anni fa, di cui ci parla il suo direttore, Simone Patelli, che abbiamo incontrato per voi.

Campofelice è ormai un punto di riferimento importante per la ricettività turistica dell'intero Ticino. Facciamo però un passo indietro: come è nata l'azienda?

«Tutto è cominciato nel 1955 e all'inizio vi è stata una certa dose di casualità. Mio nonno Giuseppe Cattori e suo fratello Remigio gestivano un silos per l'estrazione degli inerti alla foce del fiume Verzasca; un'attività che secondo le disposizioni emanate dalle autorità doveva tuttavia volgere al termine. Proprio in un tale contesto avevano notato che c'erano persone che spontaneamente posavano le tende nel terreno a fianco. Insomma, il posto piaceva di per sé, era già spontaneamente attrattivo: fu così che ebbero la giusta intuizione, vale a dire sviluppare il concetto di un luogo dedicato al campeggio, investire in questa attività e

progressivamente abbandonare gli scavi di inerti. Man mano il campo è cresciuto e specialmente dagli anni Ottanta sono stati effettuati investimenti per dotarlo delle infrastrutture necessarie a fargli compiere importanti salti di qualità. I nostri attuali numeri sono emblematici della crescita di quasi 75 anni: i 15 ettari di Campofelice accolgono annualmente circa 50 mila persone, per un totale di 400 mila pernottamenti che vengono gestiti in tutto e per tutto da una squadra di collaboratrici e collaboratori che nei momenti di maggiore afflusso arriva anche a 150 persone. È possibile villeggiare in tenda, in camper, in roulotte, in uno dei nostri bungalow o in un appartamento, fruendo di un'ampia gamma di servizi».

Quali sono gli ingredienti del successo di Campofelice?

«Ciò che ancora oggi contraddistingue Campofelice è la grande quantità di energia e lo spirito imprenditoriale sempre dedicati dalla famiglia all'attività: una vera cultura che si è tramandata tra generazioni. È fondamentale essere presenti, tastare il polso della realtà, lavorare per passione e non guardare gli orari di ufficio: solo così è possibile ascoltare per davvero l'ospite, capirne a fondo le esigenze ed adattare l'offerta di conseguenza».

Chi sono i vostri clienti e come sono cambiati nel corso del tempo?

«Fino agli anni Ottanta il campeggio era sostanzialmente una vacanza "low cost". Poi progressivamente le esigenze sono aumentate e i clienti hanno sempre di più iniziato a ricercare non tanto il risparmio ma il contatto con la natura, tanto da far sorgere il termine di "hôtellerie en plein air". La clientela è diventata molto eterogenea sia dal punto di vista dell'età sia da quello delle disponibilità finanziarie destinate alle vacanze. E in questo contesto gli importanti investimenti effettuati a Campofelice hanno consentito di cavalcare efficacemente tale cambiamento culturale. Dal punto di vista della provenienza, con l'introduzione dell'euro e con la sua successiva perdita di valore i clienti provenienti dalla Germania e dall'Olanda hanno smesso di costituire la principale fetta degli ospiti; oggi sono per noi ancora molto importanti, ma è la Svizzera a essere il nostro Paese principale di riferimento».

Quali sono i valori aziendali di Campofelice?

«Uno dei nostri cardini valoriali riguarda ovviamente l'ospite. La sua soddisfazione è posta in primissimo piano e tutte le nostre energie e azioni sono dunque orientate verso questo cruciale aspetto. Siamo particolarmente attenti anche alle



1. Il direttore Simone Patelli con Gabriele Jelmolini, responsabile della clientela aziendale di BancaStato a Locarno.
2. «Noi di Campofelice ci rispecchiamo appieno nei valori di BancaStato, che brillano per vicinanza alla clientela, per il contatto umano, per la prossimità con il territorio e per la voglia di crescere inseguendo obiettivi sì ambiziosi ma mai eccessivi».
3. La zona del Campofelice negli anni Sessanta.

Sulla riva si intravedono le tende da cui prese origine il primo campeggio.

4. La ricezione del campeggio attorno al '57/'59. Da allora l'azienda è costantemente cresciuta, così come sono state regolarmente aggiornate le infrastrutture di cui è dotata.
5. 1964: una messa celebrata sulla riva di Tenero sotto il silo per la raccolta di inerti dal lago allora gestito dal nonno di Simone Patelli e dal fratello.



condizioni di lavoro che offriamo. Siamo un datore di lavoro importante e la qualità erogata all'ospite è proporzionale al grado di soddisfazione e dedizione di chi lavora nella struttura».

Una struttura come la vostra impone certamente grandi sfide logistiche e organizzative: come le affrontate?

«La complessità è oggettivamente molta ma la professionalità e l'impegno del personale è un valido antidoto ad essa. Per noi è importante condividere al nostro interno gli aspetti strategici, affinché tutti capiscano ciò che avviene e partecipino ai continui cambiamenti a cui siamo confrontati. Abbiamo anche imparato a confrontarci con chi, anche al di fuori della Svizzera, è nel nostro settore».

Come avete vissuto il momento storico della pandemia e cosa vi ha insegnato?

«Sicuramente ci ha insegnato che siamo sempre vulnerabili a fattori esterni e che occorre essere pronti ad adattarsi a nuove e inedite situazioni. Durante la pandemia abbiamo vissuto poli opposti: dalla chiusura alla ripresa che ha seguito l'allentamento delle disposizioni sanitarie e che è stata contraddistinta da una grande voglia di va-

canze all'aria aperta. Per noi la pandemia ha anche coinciso con la campagna "Vivi il tuo Ticino". Grazie ad essa durante le fasi pandemiche abbiamo accolto i ticinesi e ciò ci ha consentito di fare conoscere meglio a livello locale Campofelice e l'indotto generato sul territorio».

È possibile quantificare questo indotto?

«Secondo stime indipendenti da noi, mediamente un pernottamento genera circa 75 franchi di indotto sul territorio. Considerando che Campofelice conta su 400 mila pernottamenti, il nostro indotto sull'economia locale è di grosso modo 30 milioni di franchi. Per le aziende regionali siamo un'importante fonte di lavoro e i dati statistici raccolti grazie a Ticino Ticket (la promozione coordinata da Ticino Turismo grazie alla quale ogni persona che pernotta in Ticino può muoversi gratuitamente con i mezzi pubblici e ha diritto a una serie di sconti nelle attrazioni del territorio, n.d.r.) indicano che siamo un'importante struttura di riferimento per chi ne fruisce. Siamo consapevoli della nostra importanza per il tessuto socioeconomico locale e della responsabilità che essa comporta».

Come ogni azienda, un buon partner bancario si rivela essenziale. Cosa vi aspettate da una relazione bancaria?

«Ricerchiamo fiducia, trasparenza, competenza e professionalità: tutti aspetti che ritroviamo nel rapporto con Gabriele Jelmolini, nostro consulente di BancaStato. Per noi è un vero punto di riferimento da ormai quindici anni: condivide con noi una visione di medio e lungo termine, fornendo riscontri rapidi ed esaurienti ogni qual volta si

renda necessario. Si percepisce molto bene che le sue risposte sono indirizzate al bene dell'azienda. D'altra parte noi di Campofelice ci rispecchiamo appieno nei valori di BancaStato, che brillano per vicinanza alla clientela, per il contatto umano, per la prossimità con il territorio e per la voglia di crescere inseguendo obiettivi sì ambiziosi ma mai eccessivi».

Ultima domanda: quali sono le sfide attuali e future nel vostro settore?

«Il Covid-19 ci ha ad esempio insegnato che gli scenari possono cambiare sempre, anche velocemente. Una sfida è dunque legata alla necessità di essere elastici e reattivi di fronte agli imprevisti. Anche per noi il cambiamento climatico è un argomento molto attuale: siamo sul lago e le nostre strutture propongono il concetto di vacanze all'aria aperta. Cito certamente anche il tema dell'energia. Attualmente Campofelice offre circa seicento posti auto. Ebbene, pensando a un futuro dominato dalle auto elettriche occorre necessariamente capire come creare sufficienti strutture di ricarica. Vi sono poi altre sfide che ci accomunano maggiormente con altre aziende. Penso all'analisi dei rischi, agli attacchi informatici, a tutto ciò che è a giusta ragione è legato alla protezione dei dati dei clienti. Sono tutti temi per i quali non occorre ritrovarsi impreparati. Infine, cito la sfida riguardante la reperibilità delle figure professionali. Anche noi, come altre aziende, avvertiamo che nel mercato del lavoro vi è una carenza in tal senso. Ma siamo già all'opera per capire come compensare questo aspetto rendendo ancora più attrattivo Campofelice».

