



Un grande polo leisure per rilanciare Saint-Vincent

In Valle d'Aosta c'è un nuovo avveniristico centro congressi all'interno di una cittadella leisure, tra le realtà più esclusive d'Europa, il Saint-Vincent Resort & Casino. Ne parla il manager Luca Frigerio

✦ Sandra Furin

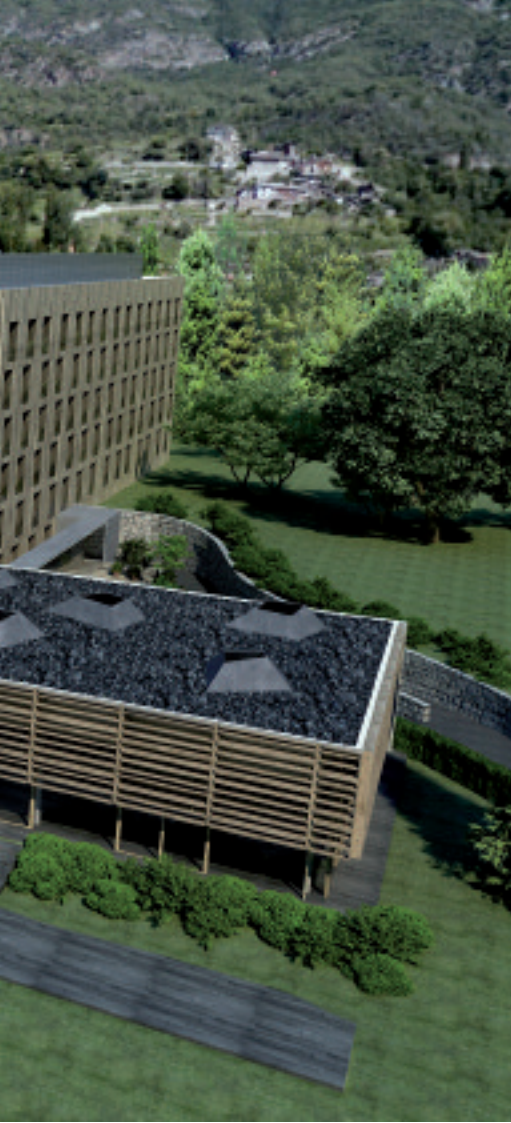
Saint-Vincent. Il nome richiama alla mente i tempi d'oro del Casino, che per decenni ha attratto una moltitudine di turisti e il jet set internazionale. Poi non sono più stati fatti investimenti e le strutture e l'offerta ne hanno risentito. Fino a quando è stato avviato un progetto di trasformazione dell'offerta – arricchita e completata da strutture alberghiere e congressuali di massimo livello – che sarà ultimata entro il 2013. La rinascita in grande stile si deve a Luca Frigerio (nella foto a destra), Amministratore Unico della società nella quale sono riuniti tutti i servizi, la Casino de la Vallée Spa, un migliaio di posti di lavoro, non pochi sui 120mila abitanti della regione. 43 anni, studi in Economia e Management, Frigerio ha maturato competenze in tutti gli ambiti della ge-

stione di un casinò. L'abbiamo intervistato per fare il punto sui lavori.

«Chi arriva oggi a Saint-Vincent», spiega Frigerio, «trova una realtà completamente cambiata dove sorgerà un polo leisure di rilevanza internazionale, con un altissimo standard di qualità e un'offerta completa sia dal punto di vista delle strutture sia dei servizi. C'è anche un centro congressi & eventi tra i più flessibili ed attrezzati d'Europa».

Quali sono le novità disponibili per il mercato?

«Le 7 sale del Centro Congressi Billia, in grado di accogliere fino a 1000 persone, in cui si sono già svolti eventi di richiamo internazionale come il Masters of Magic, la più importante convention mondiale di illusionismo. È attivo anche il nuovo Parc



Hotel Billia, un design hotel estremamente confortevole, dotato di 113 camere e 6 suite. Entro l'anno aprirà il Grand Hotel Billia trasformato in un 5 stelle lusso.

A supporto del Resort è stata rafforzata e riqualificata anche la ristorazione, riunita nel brand Food&Drink Resort. La cucina è firmata da chef di fama internazionale. I locali sono il Gaya, la Brasserie du Casino e Le Rascard Salon et Terrasse, quest'ultimo elegante e funzionale location grazie ai suoi 500 metri quadrati modulabili. Inaugureremo inoltre il "1908" e la "Grande Vue", all'interno del Grand Hotel Billia, che riserverà sorprese per gli affreschi, i decori e le finiture riportate alla luce. A fine anno sarà disponibile infine il Centro Benessere di 1700 metri quadrati; nel frattempo, si può approfittare delle convenzioni con le nuove Terme di Saint-Vincent».

L'offerta gioco?

«Il Casino non è più il protagonista assoluto, ma resta il cuore pulsante del complesso. Abbiamo potenziato le tecnologie e i giochi, dai più tradizionali ai più attuali del momento. E abbiamo rinnovato gli



ambienti creando spazi particolarmente confortevoli e raffinati dove incontrarsi per il piacere di fare due chiacchiere. Molto bella per esempio la nuova imponente hall, arredata con pezzi unici di for-

UNA BEST PRACTICE A TUTTI GLI EFFETTI

La Cava Spa, di proprietà della Regione e del Comune, ha tutte le credenziali per essere una case history esemplare, come sottolinea con orgoglio Frigerio. «Nonostante la crisi, abbiamo registrato nel primo trimestre una crescita dei numeri, seppur lieve, delle presenze della clientela. E abbiamo stipulato accordi turistici con operatori internazionali importanti. Insomma i frutti cominciano a vedersi. Il Casino nel 2008 aveva perso il 50% delle quote di mercato, il 45% delle presenze annuali e decine di milioni di fatturato annuo. Con il nuovo governo regionale c'è stata la svolta. Le quote di mercato sono cresciute costantemente fino a raggiungere il 23,6% nel 2011 e attestandosi nel primo semestre 2012, prima dell'inizio della ristrutturazione, a circa il 24,1%, la migliore percentuale dell'ultimo decennio».



Dal basso in senso orario: Slot Machine della Sala Evolution, con software che permettono di personalizzare i giochi, c'è anche una Sala Fumatori. La Sala Gran Paradiso da 600 posti del Centro Congressi Billia che ha una capienza di 1000 persone; la nuova lussuosa Hall del Casino con diversi servizi per le aziende; il salotto di una suite del Parc Hotel Billia

te impatto estetico, dove si trovano guardaroba, customer care, segretariato, ufficio clienti (spazio riservato al Merchandising) e un'area espositiva per le aziende». **Qual è il punto di forza del Casino?** «Ce ne sono diversi, uno senz'altro è il parco Slot Machine che vanta un sistema di gestione on-line talmente evoluto da fare scuola perfino a Las Vegas: anziché organizzare le slot per tipologia di gioco, è stata installata una tecnologia che consente, sulla stessa slot, di disporre in continuazione di nuovi giochi (personalizza-



bili a richiesta) e aggiornamenti sui minimi di giocata. C'è inoltre un programma di fidelizzazione, con una card personale e gratuita che dà accesso a punti bonus e a condizioni vantaggiose per i servizi del Resort. E lo sviluppo dei software nei giochi continua. Un altro punto da sottolineare è che, da noi, la percentuale di restituzione di denaro, su un milione di giocate, si attesta intorno al 94-96%. A breve saranno rinnovati anche i servizi bar del Casino, con una nuova piccola carta ristorante. L'obiettivo è regalare emozioni indimenticabili».

Quanto è importante la tecnologia nel turismo?

«È fondamentale. Il nostro piano industriale include le tecnologie più aggiornate anche sul fronte della sicurezza e del risparmio energetico, consentendo notevoli risparmi a vantaggio delle politiche di marketing e commerciali. Da pochi giorni è entrata in funzione la nuova Centrale Termica, da 10 milioni, con un impianto di cogenerazione che farà risparmiare fino a 700 mila euro all'anno, riducendo anche le emissioni. In più la Centrale garantisce il

L'ampia sala del primo piano del Casino dedicata ai giochi tradizionali



miglior funzionamento degli impianti, la salubrità e il benessere nei locali».

La sua ricetta contro la crisi?

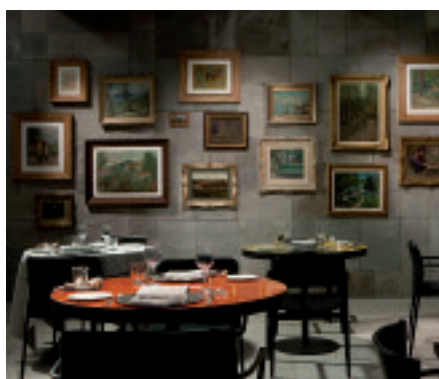
«Combattiamo contro il calo dei consumi, la concorrenza del Gioco Pubblico dei Monopoli di Stato, il limite del contante a 1000 euro (che ha spinto all'estero molti clienti). Oltre a tutto questo sopperiamo ai disagi delle ruspe che lavorano senza sosta intorno e dentro le strutture. La nostra forza è un modello di business che non trascura nulla. A fronte di un mercato in flessione, oggi registriamo quote stabilizzate intorno al 23%, presenze in crescita, fatturato in tenuta e soprattutto posti di lavoro salvati. In più abbiamo in vista decine di nuove potenziali assunzioni grazie a investimenti in formazione».

Il prodotto è pronto. Ora tocca promuoverlo...

«Concentrarsi sul prodotto non serve se la comunicazione non lo fa esistere nelle menti dei consumatori, orientandone le scelte. La difficoltà sta nel destinare le risorse ai target giusti, sempre più profilati, e nel riconoscere di conseguenza i tempi, i canali e gli investimenti adeguati».

Qual è il target di riferimento?

«Italiano e internazionale. Ci rivolgiamo principalmente alle aziende ma anche ai big spender individuali, senza trascurare i giovani o chi vuole concedersi un'esperienza fuori dall'ordinario».



Sopra, il ristorante del Casino La Brasserie; a sinistra, un angolo del ristorante Le Rascard Salon et Terrasse, 400 metri quadri eleganti, luminosissimi e modulabili



A "tu per tu" con Luca Frigerio

Molti imprenditori, scoraggiati dal contesto attuale, rinunciano o attendono, lei, invece, ha scelto l'azione. Perché?

«Si trattava di garantire un futuro all'azienda che è un punto di riferimento per l'intero territorio. Abbiamo studiato il mercato, un lifting non sarebbe bastato».

Qual è il punto di forza del suo management?

«In una realtà mondiale, nemmeno più solo europea, la complessità esige che il manager si assuma rischi ragionando su scenari difficilmente prevedibili. Impossibile senza un team capace e motivato. È anche una questione etica di responsabilità sociale e di competenza. Fino ad oggi siamo sempre riusciti a fare scelte positive rispetto agli obiettivi».

Si può proprio dire che le sfide difficili non la spaventino...

«Quando ho una settimana libera, prendo l'aereo e vado nell'Africa più selvaggia, dove non sai mai cosa ti può capitare e devi essere sempre pronto, all'erta. Il cambiamento non mi spaventa, è la grande corrente della vita di cui sento di fare parte e che ogni volta affronto con proattività. Credere in quello che faccio, mi dà la forza di andare avanti e contagia chi mi sta accanto».

Un'ambizione personale?

«Prima vorrei vedere operativo al cento per cento il nostro Resort, poi, se rimarrò in Italia, mi piacerebbe continuare a dare il mio contributo al cambiamento del Paese, con un progetto altrettanto nuovo e importante».

Perché oggi scegliere il Saint-Vincent Resort & Casino in una frase?

«Per l'attenzione alla qualità del servizio, in un contesto esclusivo di grande charme».