

> **ECONOMIA**

Acqua solforosa, idee, uomini e donne Terme di Sirmione, 100 anni e oltre

Il primo secolo di storia cadeva nel '21, ma per via del Covid la ricorrenza sarà celebrata quest'anno

L'anniversario

Camillo Facchini

SIRMIONE. Se avesse potuto riemergere oggi, anziché il 28 agosto 1898, chissà cosa direbbe Angelo Procopio, palombaro veneziano grazie al cui lavoro era stato possibile captare l'acqua termale dal fondo del lago e convogliarla al Lido delle Bionde, a Sirmione, con un progetto dell'ingegner Angelo Piana. L'immersione solitaria a quota meno venti aveva infatti confermato la bontà degli studi del professor Angelo Piatti, naturalista, docente di matematica a Desenzano, che in autonomia aveva promosso la ricerca sulle proprietà terapeutiche dell'acqua termale a 70° che portò Procopio ad esclamare «Non ghe se aqua ghe se fogò».

Allo sguardo del sommozzatore nulla sarebbe apparso come prima: dagli otto camerini termali che Angelo Gennari aveva creato nell'albergo Promessi Sposi, le Terme si sono trasformate in un secolo in una grande impresa con 450 dipendenti, tutti orgogliosi della loro corporate identity attorno a quella che la sociologia chiama oggi «azienda comunità»; il paese - di cui avevano scritto Catullo, D'Annunzio, Guido Ceronetti o Lawrence Osborne - è diventato negli anni un esempio di turismo efficiente; l'«industria dell'ospite» è sempre più grande e sempre più internazionale, con l'indotto che si stropiccia le mani.

Il primo centenario di Ter-

me di Sirmione avrebbe dovuto esser celebrato nel 2021, ma il mondo quell'anno aveva altri problemi di cui occuparsi: e quando la pandemia è stata sconfitta dai vaccini un creativo si è inventato «100 e Oltre», oltre il 2021, oltre il Covid, oltre la paura, oltre l'incertezza, oltre quella brutta stagione.

Le origini. Il racconto di un secolo e oltre di vita, idee, investimenti, lavoro nelle Terme (nel 1921 nasce la Società Anonima Regie Terme e Grandi Alberghi Sirmione che otterrà la concessione demaniale mine-

riaria per l'utilizzo della Fonte Boiola, da «che bolle», di acqua solforosa proveniente dal Baldo, fonte conosciuta fin dal Rinascimento) è lungo e composito e si mescola

la alle incontrollabili complessità della storia: una guerra mondiale appena finita e una sarebbe arrivata, le crisi finanziarie internazionali, le requisizioni (nel 1943 lo stabilimento viene trasformato in Zecca per la stampa delle 1.000 lire), la pandemia e il mercato del turismo e termale, arbitro di tutto.

Le persone. Un mercato sul quale si impegnano le persone e non importa se azionisti, manager, tecnici o maestranze: Angelo Gennari, il cui patrio monio era stato messo a dura prova negli anni Venti dalla guerra rientrando in possesso degli alberghi di proprietà alcuni anni dopo; Rambaldo di Collalto, che nel 1946 per il rilancio del Dopoguerra si affida a un management di professionisti di primo piano come il direttore degli alberghi Alfonso Froner, affidando la



Panoramica. Uno scorcio attuale del Grand Hotel Terme, a Sirmione



Cartolina. L'Hotel Terme, un'immagine risalente agli anni Quaranta del '900



Immersione. Il palombaro Procopio in acqua

direzione tecnica a Guido Bianchi Porro. A inizio anni Cinquanta, i pazienti delle terme passano così da 2.629 del 1950 a cinquemila del 1955 in concomitanza con l'apertura del primo stabilimento termale Catullo.

Uomini e donne, con le idee da questi espresse e da chi con loro ha lavorato, che consentono alle Terme la crescita: tra questi Guido Bianchi Porro che a metà anni Quaranta brevetta il dispositivo delle insufflazioni endotimpaniche a base della cura per la sordità rinogena. Brevetto che rimarrà attivo fino al 1955.

Negli anni Sessanta la società chiama nell'organico Mario Conconi, che diverrà poi direttore generale e consiglie-

IN EVIDENZA

Il gruppo.

Nel perimetro del gruppo Terme di Sirmione ci sono quattro aree di business (salute, ospitalità, benessere e prodotti a marchio), 80 milioni di investimenti e innovazione tra il 2011 e il 2022, 356.000 cure erogate, 600.000 presenze e due milioni di confezioni di Acqua di Sirmione immesse sul mercato. Oltre a 310 camere in quattro alberghi, cui si è recentemente aggiunta la struttura del Golf di Bogliaco. Questo sistema ha generato nel 2022 un fatturato di 40,4 milioni di euro, oltre a 2 milioni di euro per il Golf Bogliaco. Il sito del gruppo conta anche 1,8 milioni di utenti.

re delegato e che darà corso nel 1968 alla nascita del Gruppo Anziani della società, nel 2018 rinominato Gruppo Seniores; nel 1963 nel consiglio di amministrazione entrano Francesco Cerioli e il cavaliere del lavoro Franco Gnutti (azionista fin dal 1958), che dal 1987 al 2004 sarà vice presidente della società in cui porta nuove competenze industriali che ne favoriranno la crescita. A fine anni Settanta, in Consiglio d'amministrazione entra Gino Santi, imprenditore dell'abbigliamento, mentre nel collegio sindacale viene chiamato il commercialista bresciano Augusto Capezzuto, proseguendo l'impegno del padre Gaetano.

Nel 1987, a Rambaldo di Collalto succede il nipote

Manfredo di Collalto, che rimarrà presidente fino al 2004, mentre dal 1992 il cda si apre a Giovanni Cerioli, Filippo Ferné e Giacomo Gnutti che nel 2017 diverrà presidente e lo è tuttora.

Gli investimenti. Dal 2011, il controllo delle Terme di Sirmione passa a Fgh (Franco Gnutti Holding) che dà il via ad un nuovo piano di investimenti nella società che interesserà le strutture alberghiere e gli impianti termali, e ad un cambio di governance che porta alla presidenza il commercialista Giovannimaria Seccamani Mazzoli. Nel 2015, la direzione generale viene assegnata all'ingegnere elettronico Margherita De Angeli. Il resto è storia d'oggi. //

Adeguarsi nel tempo alle richieste del mercato

Filo conduttore

SIRMIONE. In grado di adeguarsi nel tempo a quanto il mercato chiede. Il filo conduttore della crescita di Terme di Sirmione (da Società anonima Regie Terme di Sirmione nel 1921 a Satgas, Società anonima terme grandi alberghi Sirmione vent'anni più tardi, quindi a Terme di Sirmione) è stato quello di dare al cliente ciò che il cliente

avrebbe desiderato.

Un percorso iniziato nel 1951 con il primo stabilimento termale «Catullo», proseguito nel 1986 - l'anno in cui diventa direttore generale Silvio Valtorta, profondo conoscitore del comparto nazionale delle terme - con il secondo stabilimento battezzato «Virgilio», cui seguirà nel 1994 il primo prodotto per farmacia a base di acqua termale.

Nel 2003 nasce Aquaria, 14.000 metri fronte lago, men-

tre tra il 2005 e il 2010 nel mercato debutta una linea cosmetica al 100% composta da acqua termale. L'acquisizione di Acquaviva porta a quattro gli alberghi di proprietà del gruppo che sarà seguita nel 2017 da quella del Golf Bogliaco, nato nel 1912, quindi i restyling delle altre strutture.

Il 2016 è l'anno dell'inaugurazione al District Scalo Milano con un negozio monomarca, mentre tra il 2020 e il 2021 in Acquaria apre la nuova Thermal Medical spa, penultimo investimento in ordine di tempo prima del Flagship store a Sirmione e della ristrutturazione dell'Hotel Fonte Boiola. //

Un flusso possibile grazie a un acquedotto di 6 km

I numeri

BRESCIA. 44.000 metri quadrati di immobili, 1.250 mq di piscine, 50.000 mq di aree verdi. E poi tredici chilometri di tubature per portare acqua calda dai pozzi agli impianti di utilizzazione. Il flusso dell'acqua termale (la cui concessione è stata rinnovata per 30 anni dal 2014 al 2044) è possibile grazie a un acquedotto di 6 km, tre pozzi di travellazione

con profondità tra 350 e 600 metri, due centrali di smistamento, due punti di stoccaggio acqua. Nel perimetro del gruppo Terme di Sirmione c'è anche molto altro: quattro aree di business (salute, ospitalità, benessere e prodotti a marchio), 80 milioni di investimenti e innovazione tra il 2011 e il 2022, 356.000 cure erogate, 600.000 presenze e due milioni di confezioni di Acqua di Sirmione immesse sul mercato. Oltre a 310 camere in quattro alberghi, cui si è

recentemente aggiunta la struttura del Golf di Bogliaco. Questo sistema ha generato nel 2022 un fatturato di 40,4 milioni di euro, oltre a 2 milioni di euro per il Golf Bogliaco.

Nel nuovo che avanza infine c'è il web: otto milioni di visualizzazioni, 1,8 milioni di utenti tra siti ed e-commerce, oltre 314 mila followers sui canali social e 5,1 milioni di invii dem (acronimo di «direct email marketing»), che comprende strategie e comportamenti per creare e distribuire comunicazioni pubblicitarie via e mail), adottando infine «Salesforce» quale strumento di Crm per meglio indirizzare le attività di marketing digitale e di comunicazione. //