

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

BATANI (SELECT)

Serve un made in Italy anche per il turismo

Valentini a pag. 16

La provocazione di Paola Batani, a capo dell'impero alberghiero Select nella riviera romagnola

Ora un made in Italy delle vacanze

Esperienze uniche e qualità da valorizzare come la moda

DI CARLO VALENTINI

«**I** made in Italy esiste per la moda, il cibo, il lusso, ma ancora non riusciamo a farlo percepire appieno nel settore del turismo. Dobbiamo impegnarci per valorizzare l'altissima qualità della vacanza made in Italy, un obiettivo che si può raggiungere solo costruendo un dialogo, oggi troppo scarso, tra i privati (che hanno bisogno del pubblico per riuscire a entrare sui nuovi mercati) e il pubblico (che ha bisogno del privato che vive la quotidianità)»: Paola Batani è la «signora del turismo». F'iglia d'arte, ha lavorato fin da ragazzina insieme al padre, Antonio, deceduto nel 2015, costruendo l'unico impero alberghiero italiano lungo la costa romagnola. Qui, negli anni, sono approdate anche le grandi catene straniere ma nessuna è riuscita a raggiungere il suo primato.



Lei può mettere nel piatto ben tre cinque stelle (il felliniano Grand Hotel di Rimini e i blasonati Palace a Milano Marittima e Da Vinci a Cesenatico), cinque quattro stelle (Gallia, Aurelia, Doge, Universal, Miramonti), e un tre stelle (Diplomatic, a Cervia). Più il 5 stelle Italia a Cluj-Napoca in Romania. In totale, oltre 800





Da sinistra, in senso orario, Paola Batani, il Grand Hotel di Rimini, una proposta per la colazione e, sotto, il servizio al lettino sulla spiaggia

dipendenti, come una grande azienda, che lei conduce col piglio manageriale. **Select Hotel** (che raggruppa tutti gli alberghi) è uno straordinario case history: il padre incominciò come cameriere, poi prese in affitto una pensione che finì per acquistare a rate (mettendoci a lavorare l'intera famiglia: madre, padre, moglie, parenti). Una dopo l'altra ha preso al volo le occasioni che si presentavano fino a diventare il più importante imprenditore alberghiero romagnolo.

Adesso tocca alla figlia Paola (insieme al fratello e alla sorel-

la) portare avanti una galassia da 43 stelle. Dice: «Oggi il turista è più informato e sa esattamente ciò che vuole: esperienze uniche, servizi di alta qualità, ospitalità e sorriso. Internet ha reso più facile il confronto fra destinazioni anche molto distanti. Quindi la competitività è globale. Ma per noi albergatori vi è il problema che i portali turistici mangiano il guadagno. E' un tema sul quale occorrerebbe riflettere a livello generale. Invece a causa della frammentazione delle realtà turistiche, ogni struttu-

ra o catena si trova da sola a trattare coi colossi informati, che per di più hanno sedi all'estero».

Domanda. Perché l'Italia ha perso quote di mercato a favore di competitor esteri?

Risposta. L'Italia ha iniziato a fare turismo prima di altri e quindi se vuole rimanere competitiva deve investire sulla riqualificazione. Per questo

il mio gruppo investe ogni anno tantissimo nelle strutture. Altrove gli hotel sono nati molto recentemente e quindi hanno standard magari più elevati anche se sono banalmente più nuovi. Ci sono poi il costo del personale e della burocrazia. Tanti paesi riescono ad essere più competitivi di noi perché hanno costi di gestione e di personale molto più bassi.

D. Però anche nel turismo gli imprenditori faticano a fare sistema.

R. È un comparto dove esistono target assai diversi, quindi la programmazione e la promozione sono spesso frammentari. Sarebbe invece importante promuoversi assieme e lavorare con il territorio. La Romagna, per esempio, vanta ottimo cibo, città d'arte splendide, è la regione col maggior numero di prodotti certificati. Bisogna puntare sull'insieme delle eccellenze, e così anche nelle altre regioni.

D. La mancanza di infrastrutture sta penalizzando l'industria turistica?

R. Tanto. Spesso è più facile prendere un aereo e andare in una destinazione a medio raggio che venire da noi.

D. La Cina, anche in seguito alla Via della Seta,

diventerà importante per il nostro turismo?

R. Certamente sì per le città d'arte, per le vacanze al mare mi pare prematuro.

— © Riproduzione riservata —