

CAPITALE UMANO

È italiano e si trova in Puglia il miglior resort del mondo

di Max Bergami (*)

Il miglior resort del mondo è italiano, si trova in Puglia, viene scelto da clienti Affluent e da High Net Worth Individuals. Si chiama Borgo Egnazia e sta a Savelletri, tra Bari e Brindisi sulla costa adriatica, un luogo che gli stereotipi non assocerebbero al turismo internazionale di lusso. Eppure pochi giorni fa, a Las Vegas, Borgo Egnazia è stato incoronato Best Resort of The World da Virtuoso, il principale network globale dell'industria del lusso, composto da travel partner, hotel, navi da crociera, tour operator e altri fornitori di servizi per il turismo.

Inevitabile l'associazione mentale con Bottura che con la sua Osteria Franciscana ha appena vinto la World's 50 Best Restaurants. Non è vero che i premi contano poco e non è vero neppure che sono importanti solo per chi li vince: questi riconoscimenti internazionali sono il segno che l'industria italiana del tempo libero sta raggiungendo livelli di competitività internazionale molto elevati. Inoltre, per un paese come l'Italia, che viene spesso percepito all'estero in maniera ambivalente, tra desiderio e diffidenza, questi riconoscimenti proiettano un effetto alone positivo su tutti gli operatori di questi settori, avviando la possibilità di uno sdoganamento collettivo dallo stigma

del sospetto verso il Belpaese che ancora è piuttosto diffuso.

Nella fattispecie, il premio "Best of Best" che Virtuoso ha attribuito a Borgo Egnazia è molto rilevante, sia per il contesto in cui è stato annunciato (Travel Week di Las Vegas), sia per il posizionamento del Network Virtuoso che probabilmente è la rete più importante al mondo nella creazione di itinerari di viaggio ed esperienze personalizzate per clienti esigenti e ad alto potenziale di spesa. In Italia fanno parte di Virtuoso, tra gli altri, anche il Capri Palace, il San Pietro di Positano, il Bulgari a Milano, il Bauer a Venezia, il De Russie a Roma, l'Andana a Grosseto, il Pellicano all'Argentario e il Verdura a Sciacca, quasi tutti affiliati anche ad altri network come Leading Hotels of the World o Relais & Chateaux. L'affiliazione a network internazionali è un elemento importante non solo per motivi commerciali, ma perché impone a queste imprese degli elevati standard di servizio coerenti con le aspettative dei viaggiatori internazionali.

Nel caso di Borgo Egnazia, però c'è un elemento in più e riguarda la collocazione in un cluster di imprese che da alcuni anni ha modificato la campagna e la costa di Savelletri, dalla Masseria San Domenico al San Domenico Golf, alle Masserie Maizza, Cimino, Coccaro, alla Peschiera, al

Melograno.

In pochi ettari si è concentrato un elevato numero di strutture diverse tra loro, posizionate tutte sulla fascia elevata del mercato turistico internazionale, trasformando in una destinazione internazionale un territorio rurale in un bel contesto naturalistico e con buoni prodotti enogastronomici, ma con una densità di opere storiche e artistiche contenuta. Questo processo non sarebbe potuto avvenire senza imprenditori che hanno rischiato in prima persona, come la famiglia Melpignano, senza delle amministrazioni che hanno compreso il potenziale impatto per lo sviluppo economico sul territorio e senza il raggiungimento di una massa critica minima che consente oggi di guardare alle imprese turistiche di Savelletri come a un cluster.

La Puglia è certamente il più interessante caso turistico dei tempi recenti perché ha saputo valorizzare risorse limitate, connesse con legami deboli, realizzando una gamma di prodotti che si rivolgono a segmenti molto diversi tra loro. Le istituzioni sembrano

TRABARIE BRINDISI

Si chiama Borgo Egnazia è il segno che l'offerta turistica del Paese ha un livello di competitività

molto elevato

giocare un ruolo positivo, peraltro con il tentativo di elaborare un piano strategico regionale per il turismo, anche se il potenziale è ancora molto alto. Sarà necessario chiedersi in che direzione si vuole sviluppare l'attrattività così forte di questo territorio.

Questa esperienza rappresenta un buon esempio di come il Governo centrale dovrebbe cercare di scegliere i clienti del turismo italiano e aiutare gli imprenditori a costruire un'offerta coerente, ricordandosi sempre che quando si scelgono "tutti" i clienti, ci sarà sempre qualcuno che servirà i vari segmenti in un modo migliore.

Il caso di Borgo Egnazia rappresenta un esempio interessante, per i risultati in termini di visibilità, perché l'impresa fa parte di un gruppo e per gli standard di servizio che riesce a offrire. Al di là dell'ampiezza dei servizi e della bellezza dei luoghi, la cosa che colpisce maggiormente è l'orientamento al servizio del personale, fatto di gentilezza e professionalità, a livelli in cui raramente si riesce ad arrivare in Italia. Ovviamente c'è ancora molto da fare perché il Borgo non è un resort perfetto, è solamente il migliore.

(*) Bologna Business School, Università di Bologna

