LUOGHI MITICI VOCI ANCHE SU MORATTI E LA CORDATA LEGATA A UN GRUPPO FARMACEUTICO MILANESE

Gli industriali vanno al mare (e investono nei bagni storici)

Barilla e il «Piemonte» di Forte dei Marmi. Una tendenza?

Gli industriali e i bagni storici del nostro mare: l'investimento fatto dai Barilla a Forte dei Marmi diventerà una tendenza? I cinquanta ombrelloni, le tende e le cabine del blasonato Bagno Piemonte sono stati acquistati da Milena, vedova di Pietro Barilla e madre dei quattro attuali proprietari del colosso della pasta: Guido, Paolo, Luca ed Emanuela. «È stata una scelta di cuore ? racconta Emanuela Barilla ? ma anche frutto di una decisione imprenditoriale. Mia madre ha molte idee per i bagni, sta cambiando ogni cosa e per il prossimo anno è decisa a portare molti miglioramenti. Vuole rilanciare l'armonia dei anni mitici e ruggenti che hanno fatto grande la Versilia».Milena, una settantenne dalla grinta e dall'entusiasmo di una ragazzina, quell'acquisto non lo ha fatto solo con la razionalità dell'imprenditrice, ma con la passione di chi in Versilia ha trascorso forse gli anni più belli della sua giovinezza nella villa di famiglia, quartiere di Roma Imperiale, il più esclusivo del Forte, che guarda caso si trova proprio davanti al «Piemonte». A inizio dell'anno ha avviato le trattative con i vecchi proprietari. Poi, per una cifra che si dice dovrebbe oscillare tra i 3 e i 4 milioni di euro, ha messo la firma sulla bandiera del bagno, uno di quelli storici del Forte. Non solo. La sua decisione, coraggiosissima perché avvenuta in piena polemica Bolkestein (la direttiva europea sulle concessioni demaniali che ha fatto infuriare i proprietari degli stabilimenti balneari minacciati dalle aste) sembra abbia fatto moda. «Effettivamente molti imprenditori e industriali ci hanno contattato chiedendoci se ci fossero altri bagni disponibili, ma purtroppo a Forte dei Marmi non hanno trovato nulla». Anche se da queste parti si vocifera di un gruppo di imprenditori, legati a un gruppo farmaceutico milanese, che sarebbero subentrati nella gestione del Bagno Santa Maria, un altro must di Forte dei Marmi.E tiene banco da tempo la notizia di un presunto pressing del petroliere e presidente dell'Inter, Massimo Moratti, per acquistare una quota del famosissimo Bagno Piero, anche se il proprietario Roberto Santini, certificato di proprietà alla mano, smentisce. Nessun dubbio invece sulla bandiera Barilla che sventolerà (seppur virtuale) sul pennone più alto del «Piemonte». Che una volta si chiamava Calabria e poi, si racconta, negli Anni Trenta prese il nome dal sapore sabaudo non in onore al re, ma alla più nobile famiglia dell'industria italica: gli Agnelli, che avevano la super villa, oggi hotel Augustus, davanti con tanto di spiaggia privata ma pare non disdegnassero, Avvocato compreso, qualche capatina sul bagnasciuga confinante. «L'acquisto è stato una scelta autonoma di mia madre ? continua Emanuela Barilla ? che non ha niente a che vedere con il gruppo e le sue strategie, ma che noi figli abbiamo condiviso. Lei è felice e renderà quello stabilimento balneare sempre più bello, ne siamo certi, è stato un suo sogno che è riuscita a realizzare». Ma non

fraintendete. Il «Piemonte» non è un giocattolo, uno specchio magico, il business c'è e il piglio imprenditoriale della signora Barilla avrà modo di manifestarsi. Preoccupato il patron del Bagno Piero? «No, onorato ? risponde Santini ? per una così importante concorrente e un grande stimolo per fare meglio». E in futuro? Il marchio dell'industria sventolerà su altri bagni? Michele Marcucci, imprenditore e proprietario dell'omonima Enoteca a Pietrasanta, conferma che l'interessamento c'è. E potrebbe diventare un trend: «È il sogno di tanti industriali per la qualità della vita ? risponde ? ma l'impressione è che molti non conoscono le fatiche di gestione, credano che l'impresa bagno sia quasi un divertimento. Ci sono stabilimenti che hanno cinquanta dipendenti e si lavora duro. Ci vuole amore, come quello della signora Milena, ma anche tanta voglia di fare. Proprio come in fabbrica».mgasperetti@corriere.itRIPRODUZIONE RISERVATA

Gasperetti Marco

Pagina 25
(23 agosto 2013) - Corriere della Sera