

Riccardo Scarselli

Suo padre Franco creò negli anni Cinquanta uno dei locali-mito della Campania. Oggi lui ci riprova con un'altra perla



Riccardo Scarselli nel disegno di Francesco Ardizzone

Il re della costiera

Dal Bikini al Crowne Plaza mezzo secolo di racconti "Il futuro? È nel turismo"

GOFFREDO LOCATELLI

DALLA sua tana, posta a km. 13,900 della Statale Sorrentina, per molti anni Riccardo Scarselli ha osservato l'arco del golfo con l'occhio esperto di chi ne ha viste di tutti i colori. Infatti ha visto frane, mareggiate, il Sarno che vomita bucce di pomodoro sull'azzurro del mare, la gente che si porta a casa coi furgoni le rocce e la sabbia, o addirittura i boss che portano i cavalli a correre sugli arenili. Di fronte a tanto sconquasso, ha resistito senza mai arrendersi.

dorso d'asino veniva portata con le botti dalla vicina Castellammare. A poco a poco, il figlio, lasciata la Leonardo da Vinci dov'era ufficiale di coperta, si affiancò al padre nella gestione dello stabilimento, che fece diventare punto di riferimento di una fedelissima cerchia di amici e clienti.

Trent'anni fa i frequentatori del Bikini provenienti da Napoli e dintorni si trovavano di fronte un giovane imprenditore che era grande quanto una montagna e con la faccia incorniciata da un barbone nero. Oggi Scarselli, classe 1942, è ancora una montagna, ma ha la

pubblici esercizi (Fipe), e vari impegni all'estero. Ma l'incarico che lo ha ringiovanito è di qualche mese fa, quando è diventato general manager del Crowne Plaza Hotel e amministratore delegato della Castellammare Turismo spa, società che fa capo a Giancarlo Zaccarello, ex presidente degli industriali della provincia di Venezia.

Categoria quattro stelle, 153 camere, sale convegni fino a 250 persone, spiaggia privata, piscina e centro benessere, il Crowne è oggi una sorta di avamposto del paradiso. Ma quale Seichelles e Costa Azzurra. Al km. 11 della Sorrentina hanno fatto davvero le cose in grande. Complice la straordinaria posizione, hanno innestato uno spicchio di modernità in un tratto di costa tra i più belli d'Italia. Ogni angolo è stato studiato per viare l'ospite e ogni finestra è un quadro d'autore. Qui, dalla suite ricavata sulle due torri alle camere standard del primo piano, il letto matrimoniale è una specie di trono rivolto in faccia al mare. E che mare! In fondo c'è la sagoma di Capri e dalla parte opposta il golfo di Napoli teso come un arco su cui si staglia il cono del Vesuvio. È come se un mago, usando la bacchetta magica, avesse trasformato un obbrobrio — tale era il preesistente stabilimento "Calci e Cementi" — in un belvedere da cartolina illustrata.

Ci sono voluti quattro anni di lavoro e grossi capitali per realizzare il Crowne Plaza su un rudere da archeologia industriale. E ora Riccardo Scarselli è l'uomo su cui la proprietà scommette per lanciare l'albergo sul mercato turistico e inserirlo tra le perle della costiera sorrentina.

«Papà ha accettato l'incarico perché è un uomo che si rimette sempre in gioco — confida la figlia Cristiana — Al Bikini aveva esaurito il suo compito. Così ha lasciato spazio a noi della nuova generazione mentre lui si ricarica di adrenalina lavorando al Crowne dalle otto di mattina alle dieci di sera...».

Pur essendo un pezzo d'uomo imponente, a distanza ravvicinata Scarselli si dimostra personaggio simpatico e cordiale. Ci tiene a ricordare che ha sempre creduto nelle potenzialità del territorio, anche se da sole non bastano a riempire un albergo. «Stiamo facendo un gran la-

Ma a che punto è lo stato di salute della costa? «Per il mare abbiamo avuto un momento critico intorno agli anni Ottanta, ora si è invertita la tendenza. Il maggiore inquinatore del golfo, il fiume Sarno, ha ottenuto cospicui finanziamenti e il generale Jucci sta facendo un buon lavoro per bloccare gli scarichi a mare». Ma il discorso è più complessivo e, secondo Scarselli, riguarda la prospettiva. «Il turismo è il mezzo più veloce per far crescere da queste parti la gente. Si veda l'esempio di Sorrento: ha puntato sul turismo e ci ha costruito un'immagine rinomata in tutto il mondo. Invece da

Il mare ha avuto un momento critico negli anni Ottanta, ora la tendenza è invertita: dobbiamo dare benessere

Aveva i calzoni corti quando suo padre Franco creò il Bikini, all'inizio degli anni Cinquanta del secolo scorso, prendendo in prestito il nome da un famoso atollo del Pacifico dove gli americani facevano test nucleari. Agli albori del turismo balneare, si giungeva in motobarca o con la carrozzella in questa minuscola baia incastonata tra montagna e mare, dentro una macchia di vegetazione mediterranea di rara bellezza che degrada fino all'arenile di sabbia sottile contornato dal verde delle bouganville, dopo lo Scrajo e il vecchio bagno Astarita. Non c'era neppure l'acqua potabile, che a

barba bianca. E moltissimi ricordi, tanti da riempire un libro. Mezzo secolo di Bikini gli è servito per approfondire i temi del turismo, stringere amicizie e fare tre figli: Cristiana e Giorgio hanno in mano le redini dello stabilimento, Lorenzo lavora in banca, mentre la moglie Liliana conduce il ristorante.

I primi 50 anni sono serviti a Riccardo per osservare da vicino come si è sviluppata in Campania l'industria della balneazione, competenza che lo ha portato a ricoprire ruoli di prestigio: presidente del Sindacato italiano balneari (Sib), leader regionale della Federazione italiana

Seguiamo l'esempio di Sorrento invece di vivere il falso mito delle fabbriche costruite sul litorale

voro di taratura della qualità dei servizi», spiega, convinto che la competitività si basa proprio sulla qualità dei servizi erogati.

«Il futuro è nel turismo — aggiunge — specie nel Sud diventerà uno dei settori centrali dell'economia. Ecco, questo albergo è la riprova che si può valorizzare un ambiente unico al mondo».

Scarselli rimarca che la Campania ha un patrimonio invidiabile: una fascia costiera lunga circa 500 chilometri dove si affacciano 64 comuni che contano strutture turistiche tra le più belle del Paese.

Castellammare a Torre Annunziata, cioè a pochi chilometri, si è voluto vivere per molti anni col falso mito dell'industria costruendo fabbriche sul mare, tutte fallite, e sfregiando uno dei più bei litorali del mondo. Per fortuna negli ultimi tempi si è cominciato a correggere questa scelta sbagliata che ha avuto come conseguenza il degrado dell'area torrese-stabiese. È il turismo la vera industria capace di produrre benessere e di elevare la qualità di vita nel più breve tempo possibile. Purtroppo di questi tempi è più facile a dirlo che a farlo capire alla parte politica...».

AMERICA HALL

Si avverte la spettabile clientela che è in corso la campagna abbonamenti al

CINEMA CLUB

25 appuntamenti con il cinema di qualità

Per sottoscrizione abbonamenti presso il cinema tutti i giorni dalle ore 17.00 alle ore 21.00 info: Tel. 0815788982

MULTISALA Filangieri

Si avverte la spettabile clientela che è in corso la campagna abbonamenti al

filmclub

25 appuntamenti con il cinema di qualità

Per informazioni e sottoscrizione abbonamenti: Box Office Filangieri: tutti i giorni ore 16.30 - 22.30 Tel. 081 251.24.08

multi sala SOFIA

Si avverte la spettabile clientela che è in corso la campagna abbonamenti al

Sofia filmclub

25 appuntamenti con il cinema di qualità

Per informazioni e sottoscrizione abbonamenti: Box Office: tutti i giorni ore 16.30 - 22.30 Tel. 081 303.11.14