

SOFT ECONOMY

L'hotel diffuso: il turismo sostenibile che non aggiunge mattoni e crea valore

PAOLA JADELUCA

Roma

L'ultimo mattone è stato messo la scorsa settimana. Il comune di Santo Stefano di Sessanio, in Abruzzo, e l'Ente Parco Gran Sasso e Monti della Laga hanno firmato una convenzione per la salvaguardia del paesaggio agrario circostante. Nessuno può costruire, insomma, ma solo coltivare. Strano modo di fare business. Ma Daniele Elow Kihlgren, 38 anni, italo-svedese, è un immobiliare-ista controcorrente. Invece di costruire villette a schiera, compra i borghi abbandonati, li restaura ripristinando architettura e arredi originari e li trasforma in alberghi diffusi. E ci fa i soldi. Il primo borgo che ha rilanciato è stato proprio Santo Stefano di Sessanio, a 1250 metri d'altezza, sotto il Gran Sasso. Ci era arrivato una decina di anni fa da Milano, dove è nato e ha sempre vissuto. L'ha scoperto girando in motocicletta. È qui si è fermato. Non c'erano alberghi, le case erano diroccate. In cinque an-

ni il miracolo: il valore delle case è aumentato di sei volte, non si trova più un appartamento libero. Quelli

che rimanevano li hanno comprati inglesi, belgi e francesi. Sono sorti 10 bed&breakfast, contro l'unico preesistente. I turisti, anche stranieri, arrivano pure d'inverno. L'occupazione ha ricominciato a crescere, e tutto il territorio si è rimesso in moto. «Ho iniziato con 5 milioni di euro di investimento, tutto in prestito dalle banche, senza richiesta di garanzie. Un miracolo per il nostro paese. Il segno che hanno creduto nel progetto», racconta Kihlgren. Con la sua società, Sextantio, e il supporto di Lelio di Zio, un architetto locale, ha acquisito edifici per 3.500 metri quadrati, tutti destinati all'albergo diffuso. Altri 1.000 per il restauro

immobiliare. Ma Internet e connessioni wi-fi convivono invisibili con le antiche strutture. Sotto l'ala protettrice di **Symbola**, l'associazione che promuove lo sviluppo della cosiddetta *soft economy*, Kihlgren ha via via esportato il suo business in altri borghi, dall'Abruzzo, alla Campania, fino in Basilicata. Ai Sassi di Matera, si possono vedere le potenzialità di sviluppo di questo modello applicato su larga scala. Nel capoluogo lucano Kihlgren è solo uno dei promotori della rinascita del territorio. Matera, un tempo la "vergogna d'Ita-

lia", dopo essere stata set del film di Mel Gibson, *The Passion*, è rinata. Ristoranti, bed & breakfast, alberghi superchic ricavati nelle vecchie abitazioni scavate nel terreno. Il miracolo fa perno sulla ca-

pacità di preservare e salvaguardare il patrimonio locale, che ora è finito sotto la protezione dell'Unesco.

L'unicità contro la serialità. Anche nel turismo è questa l'arma vincente del made in Italy, ha scritto il *Financial Times* parlando di Kihlgren e di questo modello di sviluppo economico che si basa sul principio esattamente opposto a quello corrente: ricostituire l'originario rapporto tra il borgo e il paesaggio agrario circostante. Il risultato: un patrimonio unico, non interscambiabile, il cui valore, come un monumento, acquisisce col il tempo valori incalcolabili. Un modello che funziona se c'è l'accordo tra i privati e gli enti locali. Come prova il caso di Santo Stefano, dove Daniele ha convinto il sindaco e via via trascinato tutte le istituzioni nella sua avventura. Pensare che era arrivato a Pescara per lavorare al cementificio di cui i nonni detenevano una quota. Il cementificio è stato ceduto. Ora è disposto a pagare per far buttare giù gli edifici nuovi che deturpano il paesaggio.



Daniele Elow Kihlgren

