

SFUMA IL SOGNO SANTO STEFANO DI SESSANIO, ALBERGO DIFFUSO LICENZA TUTTI E CAMBIA

27 Gennaio 2017



SANTO STEFANO DI SESSANIO - Ha chiuso licenziando tutti i dipendenti Sextantio, la creatura dell'imprenditore italo-svedese Daniele Kihlgren, che all'inizio degli anni Duemila ha ristrutturato buona parte di Santo Stefano di Sessanio, incantevole borgo dell'Aquilano, trasformandolo in albergo diffuso. Un progetto di recupero che per anni è stato indicato come modello e che ha consentito un rapido sviluppo del paese, che è passato ad avere da una a 21 attività ricettive, e che è stato recentemente replicato a Matera.

“Si tratta di una chiusura temporanea, fino al 31 marzo, che coincide con la trasformazione in attività di tipo stagionale”, spiega Kihlgren, che svela di aver intrapreso una collaborazione con il Gruppo Maresca Spa di Pescara, che si occupa tra le altre cose di turismo e gestisce villaggi e alberghi come il Serena Majestic di Montesilvano.

L'imprenditore smentisce le voci che parlavano di una vendita, si tratta piuttosto di un aiuto nella ricerca di alcune figure professionali che collaborino a gestire la struttura.

“Abbiamo dovuto scontare la mia incapacità oggettiva a gestire un albergo, non avevo alcuna formazione specifica e per me è stato molto difficile e faticoso”, è infatti il mea culpa di Kihlgren.

“Il progetto resta valido, credo molto nella valorizzazione e nello sviluppo del patrimonio minore di cui l'Italia è ricca - spiega - ma le difficoltà sono oggettive se ti ritrovi ad operare tra gru, puntellamenti e cantieri per otto anni...”.

Il terremoto del 2009 ha rappresentato uno spartiacque anche per il “sogno Santo Stefano”, visto che da allora si è assistito ad un graduale declino. A differenza di quanto avvenuto a Matera, dove Kihlgren ha dato vita ad un progetto di recupero conservativo di 18 grotte nella parte più antica dei Sassi, il borgo dell'Aquilano sembra aver perso qualunque appeal.

“La gita domenicale di aquilani e pescaresi regge ancora”, ma Kihlgren spiega che a parità di costi di ristrutturazione tra Santo Stefano e Matera, è molto ampio il divario del prezzo a cui si vende un pernottamento.

“A Matera le cose vanno bene, a Santo Stefano c'è stato qualcosa che si chiama terremoto e tuttora abbiamo in atto la ricostruzione. O fai una gestione familiare o di lusso, non ci sono vie di mezzo - dice - a Matera siamo arrivati a stanze che vengono vendute anche a duemila euro, a Santo Stefano questo non è possibile ed io non posso fare una gestione familiare, dal punto di vista economico questo è molto significativo. Il prezzo/camera è stato influenzato molto da una situazione dove sei circondato da gru, puntellamenti e cantieri, tra 3-5 anni dovrebbe tornare una situazione normale”.

Quello di Santo Stefano è “un progetto che ha avuto un grosso sviluppo anche indotto, c'è però l'aspetto della gestione” che, ammette l'inventore di Sextantio, è essenziale per determinare il successo o il fallimento del progetto.

In ogni caso prosegue la ricerca, come ad esempio quella sulla cucina del passato che secondo i progetti originari avrebbe

dovuto caratterizzare Sextantio, completando un contesto d'altri tempi che si è stati magistralmente in grado di riproporre. "Siamo molto indietro - ammette Kihlgren - e stare chiusi per dei periodi per noi rappresenta anche un po' di ossigeno per dedicarci a questo".

"È stata fatta una scelta da cui si può anche tornare indietro, saranno fondamentali gli aspetti di bilancio", aggiunge a proposito dell'apertura stagionale, spiegando che la quindicina di lavoratori oggi licenziati saranno riassunti con contratti stagionali.

L'idea "fortemente identitaria" resta quella perseguita sin dall'inizio, "cercando di non trasformare questi luoghi in delle specie di colonie, infatti abbiamo dato in gestione a persone del posto il ristorante e il cantinone con il nostro nome".

Per Kihlgren sono "aspetti che un turista ricerca per avere una dialettica genuina", visto che questo "altrove è sempre stata una battaglia persa".

"È difficile trasformare un luogo in destinazione turistica mantenendo l'aspetto identitario - spiega - è anche un messaggio importante da dare in Italia, significa valorizzare una storia minore legata ai tempi migliori in cui l'Italia esportava il meglio nel mondo".

"Forse manco un po' nella buona gestione ed è in questo che bisogna organizzarsi meglio - ammette Kihlgren - a differenza del progetto che avevo invece proprio nel sangue, era un'idea segnata nel mio più intimo sentire, fatta con grossa passione".