

AL FORTE DI GAVI IL CONVEGNO SU VINO E PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Daverio: «Bene la viticoltura, male lo stato del paese»

Il critico d'arte: è un problema italiano, con più attenzione e restauri potrebbe diventare accogliente

IRENE NAVARO

GAVI. Un territorio che gira a due velocità, «c'è una volontà privata» fatta da i produttori, imprenditori, dal tessuto sociale, che si muove, e una «volontà pubblica», ferma, statica. Sta nelle parole di Philippe Daverio, critico d'arte e protagonista del primo "Laboratorio Gavi" che si è svolto ieri al Forte, nell'ambito della manifestazione Di Gavi in Gavi la contraddizione di una zona dalla produzione vitivinicola d'eccellenza, ma che non riesce a decollare dal punto di vista turistico. Condotta dalla giornalista Roberta Schira, il Laboratorio si poneva l'obiettivo di trovare un modello, valido non solo per il gaviense, per la promozione del territorio sui mercati inter-

nazionali. La risposta emersa dal dibattito viaggia su più piani dove, però, cultura, radici e tutela del patrimonio artistico e naturale sono elementi comuni. Daverio ha usato parole dure per descrivere la realtà: «Gavi è una cittadina distrutta, non curata». E questo «fa la differenza» rispetto alle realtà francesi sulla promozione turistica. Raddrizza, poi, il tiro: «È un problema di tutta Italia, del Piemonte. Gavi, con un po' più di attenzione e di restauro può essere accogliente, invece oggi è obsoleta. Questo territorio sembra essere stato dimenticato. Il Forte, che ha ospitato questo convegno, è un bene prezioso ed è impensabile che i tre quarti della fortezza siano crollati. Colpisce la non consapevolezza del patrimonio che abbiamo

ereditato». Il presidente del Consorzio di Tutela del Gavi, Giampiero Brogna, dà un nome alla "trascuratezza" e si chiama «classe politica». Il vino Gavi «è posizionato a livello internazionale al pari dei crue francesi. L'80% del prodotto è venduto all'estero e quest'anno la produzione di 13 milioni di bottiglie è tutta venduta. Ma alla base di un prodotto c'è sempre un territorio - dice - Il nostro obiettivo è quello di promuovere il vino partendo dal territorio, di aumentare l'immagine del prodotto, che è ambasciatore». L'obiettivo, per il vino, è il mercato cinese a cui il Gavi si è da poco affacciato e su cui andrà l'impegno del Consorzio nei prossimi anni. Dietro l'angolo, poi, c'è Expo 2015, «che deve essere colta come un'opportunità

di crescita e di cambiamento di coscienza» per usare le parole di Giampietro Comolli, chairman del progetto UnPoExpo2015. Imprenditori e testimonial hanno portato al Laboratorio le proprie esperienze: Maria Sebregondi, vice presidente del marchio Moleskine (che ha prodotto per Gavi 972 un'edizione della prestigiosa agenda), Barbara Santoro italo-canadese inventore del "metodo Shenker". Lavorare insieme, recupero della consapevolezza del patrimonio, valorizzazione della cultura (e cultura), imparare a comunicare, sono le parole chiave affisse in un grande pannello realizzato nel corso del Laboratorio. A futura memoria. Oggi la parentesi ludica dell'evento: degustazioni, sfilata storica, cortili aperti.



Philippe Daverio

