

L'esperienza di successo dell'atelier fondato dal pittore e grafico valdostano Franco Balan

Il cibo mi aiuta a vendere arte

Esporre opere e prodotti tipici: la sfida (vinta) di Joel Balan

DI LUIGI CHIARELLO

«Il cibo mi aiuta a vendere arte. Anche perché i prodotti tipici sono pezzi d'arte»: Joel Balan usa poche e asciutte parole per spiegare a *ItaliaOggi* come ha vinto la sua scommessa. Lui è il figlio di Franco Balan, pittore, grafico e designer, che dalla piccola Valle d'Aosta ha portato le sue opere (e il suo nome) in Italia e nel mondo, esponendo a Varsavia (palazzo di Wilanów), Tokyo (a più riprese e in diverse sedi), Lahti in Finlandia (al museo d'arte), Barcellona, Martigny in Svizzera (Fondazione Pierre Gianadda). E ha realizzato, tra le altre cose, anche manifesti per i *Giochi Olimpici invernali di Torino 2006* un'esposizione per l'*Alliance Française*: «Génération XX». Assieme al figlio, nel cuore del centro storico di Aosta, Franco ha rivitalizzato la sua galleria d'arte che aprì nel 1957. L'artista è morto nel 2013, ma suo figlio Joel (architetto) ne ha raccolto il testimone e le arti grafiche: gestisce un'attività espositiva, in cui, oltre a ospitare i lavori di svariati artisti, albergono anche le opere pittoriche, grafiche e di design, che il padre ha prodotto, fino alla fine. In più conduce nuovi progetti creativi. Ultimo dei quali: la progettazione, il design e la costruzione dello stand della regione Valle d'Aosta al Golosaria di Milano.

Ciò che rende speciale la galleria Balan, però, è la definizione di un connubio permanente, inedito e riuscitissimo, tra arte e cibo. Un trionfo dei sensi, che Joel a *ItaliaOggi* racconta così: «Qualche anno fa, mi ronzava in



Franco Balan

Franco Balan era un artista che spesso ritraeva scene di vita contadina. A partire dalla «bataille de reines» (in dialetto patois valdostano «bataille de vats»), il combattimento tra vacche gravide a colpi di corna. Sia la parte pittorica che quella grafica sono molto legate al territorio d'origine e al lavoro nei campi. La sua arte grafica sui manifesti è stata spesso al servizio di eventi promozionali sui prodotti tipici

testa un nome per la galleria, «degu-stando Arte»; così è nato un progetto che affianca all'esposizione delle opere quella dei prodotti tipici del territorio valdostano. E non solo. Intendo cibo, formaggi, vini, salumi. L'idea era di non lasciare in bottega la sola esposizione di quadri, manifesti, oggetti artistici di arredamento. Tutto ciò ha creato un ambiente, diciamo un salotto all'interno della galleria, dove è possibile scoprire e condividere tra le opere d'arte i sapori, i prodotti e i profumi del territorio che le ha partori-

te». E non c'è contraddizione tra la raffinatezza di una pennellata e il sentore accumulato di un cacio stagionato; a riguardo Joel Balan chiosa: «Far vino e lavorare sui prodotti della terra è arte. Proprio da questo assunto nasce il nome dell'atelier».

L'attività di esposizione alimentare viene declinata in diversi modi: «Organizzo eventi legati agli artisti, anche stranieri o esterni alla regione. Durante l'anno costruiamo un ciclo di esposizioni, una decina circa, che coinvolgono pittori, scultori, grafici, fotografi. Le loro opere vengono esposte insieme ai prodotti del loro territorio d'origine. Si crea così un calendario annuale. Oltre a ciò, ogni sera c'è la possibilità di venire a degustare in galleria; un luogo diverso dal solito».

In atelier Balan, negli ultimi due anni, hanno esposto artisti provenienti da Catalogna, Francia e diverse regioni

d'Italia. «Quando questi artisti espongono, chiedo loro di portare il proprio prodotto tipico», racconta Joel. «Spesso mi rispondono sorpresi "Ma io non produco cibo!". A quel punto li invito a portare i prodotti delle loro terre e nelle tre settimane di esposizione delle loro opere li proponiamo ai visitatori». Già, ma come va? «L'esperienza funziona benissimo; gli eventi più gettonati sono proprio quelli in cui espongono artisti stranieri o che provengono da altre regioni italiane, perché i locali sono attratti anche dall'assaggio dei gusti di altri territori». Quindi, Joel Balan riassume il significato economico della sua attività.

«Vede, il cibo mi ha aiutato a vendere arte. La crisi economica degli ultimi anni ha ristretto il mercato, rendendolo stagnante. La domanda è calata. Tirare avanti è più difficile, perché tanta gente non investe più in opere. Ma il cibo ha trascinato le persone in galleria». E ancora: «L'idea di degustare vino e cibo tra sculture, dipinti e oggetti di design rilassa i clienti, li stimola a guardarsi intorno. C'è chi si accende per una serigrafia, chi è sedotto da una lampada. Il relax incentiva l'acquisto. I prodotti tipici mi hanno aiutato molto».

Il partner enogastronomico, che fornisce i prodotti tipici all'atelier Balan, ne suggerisce la scelta e adotta le strategie di esposizione degli stessi alimenti in base all'artista e ai suoi lavori è l'*Antica latteria Erba Voglio*: un negozio storico del centro di Aosta, nato nel 1934.

La galleria collabora anche con le organizzazioni agricole, mettendo a disposizione i suoi locali per la presentazione delle nuove annate di formaggi, salumi e vini.

—© Riproduzione riservata—



Joel Balan



In Toscana la prima legge quadro sull'enoturismo

DI ARTURO CENTOFANTI

Valorizzare il vino attraverso il turismo. E viceversa. La Toscana, prima regione a farlo, ha approvato la legge quadro sull'enoturismo che recepisce il decreto ministeriale del 12 marzo 2019. Vengono fissate le modalità di avvio dell'impresa, chi sono i soggetti che possono fare enoturismo, i requisiti degli operatori e i requisiti e gli standard minimi di esercizio. Inoltre è stato istituito anche un albo degli operatori, mentre il compito di effettuare controlli e applicare sanzioni viene demandato alla regione. L'approvazione è stata ben accolta dal Movimento Turismo del Vino (Mtv) Toscana. Che, tra gli aspetti della legge, sottolinea l'importanza del divieto di utilizzare bicchieri di plastica per la somministrazione dei vini in degustazione, cosa permessa dalla legge quadro nazionale, ma soprattutto di poter utilizzare edifici di nuova realizzazione come ambienti per le degustazioni e questo non era possibile con la legge sugli agriturismi, il che si traduce nella possibilità per le aziende di utilizzare spazi panoramici e ancora più emozionanti per gli appassionati. Per la presidente regio-

nale di Mtv, Violante Gardini (nella foto), è «una legge che rafforza ancora di più quanto già avevamo in Toscana e che non solo aiuta le imprese a dare un servizio di qualità, ma che tutela in questo il consumatore stesso con strumenti che hanno come obiettivo finale quello di evidenziare l'alta qualità dei vini toscani». Il provvedimento disciplina «tutte le attività di conoscenza del vino espletate nel luogo di produzione, le visite nei luoghi di coltura, di produzione o di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, la degustazione e la commercializzazione».

Stabilisce le modalità di avvio dell'impresa, chi sono i soggetti che possono fare enoturismo, i requisiti degli operatori e i requisiti e gli standard minimi di esercizio. Si prevede, per esempio, che oltre all'imprenditore agricolo singolo o associato che svolge attività di vitivinicoltura, possano avviare l'attività anche i comitati di gestione delle Strade del vino, le cantine sociali cooperative e i loro consorzi e i Consorzi di tutela dei vini a denominazione e indicazione geografica. Tra i requisiti è chiesta un'aper-

tura annuale di un minimo di tre giorni a settimana, strumenti per la prenotazione delle visite, materiale informativo sull'azienda e sui suoi prodotti, stampato in almeno tre lingue; ambienti dedicati all'accoglienza, attività di degustazione del vino all'interno delle cantine e delle aziende agricole.

Si tratta, come sottolinea l'assessore all'agricoltura Marco Remaschi (nella foto), «dell'ottimo lavoro preparatorio che permette di disciplinare tutti i temi fondamentali del settore. Si tratta di una normativa che offre grandi opportunità, non solo per lo sviluppo turistico ma anche, per esempio, per la possibilità di fare vendita diretta da parte di piccoli produttori».

Il settore del vino toscano vede oltre 23 mila imprese, due terzi delle quali in aree destinate alle produzioni di vini Dop, che coprono più del 92% della superficie vitata regionale (60 mila ettari). La Toscana ha 11 Docg, 41 Doc e 6 Igt. Il fatturato della filiera vino a denominazione si aggira intorno a un miliardo di euro, pari all'11% del totale nazionale, quasi la metà del quale, 550 milioni, dovuto all'export.

—© Riproduzione riservata—

Spumanti in crescita

Cresce il consumo di spumanti italiani e stranieri nel periodo delle feste. In 30 giorni sono saltati 77 mln di tappi, +3,7% stranieri, per una spesa di 870 mln di euro per gli italiani. Giampiero Comolli dell'Osservatorio spumanti Ovse-Ceves sottolinea: «Rispetto allo scorso anno sono 2,4 mln le bottiglie in più, pari a un 3,3% di incremento volumi. La spesa globale cresce del 4,4% grazie alle sole bottiglie nazionali». L'osservatorio ha calcolato un consumo di circa 1,9 bottiglie a testa in Italia e preferenze per le nuove etichette di spumanti territoriali e da vitigni autoctoni. «Lenologia spumantistica italiana oggi è un pilastro dell'economia nazionale, con una bilancia commerciale e un contributo al pil di non poco conto: il valore totale annuo all'origine è pari a 2,2 mld di euro, che superano i 6,1 mld al consumo finale», conclude Comolli.

—© Riproduzione riservata—

