

PAOLA TOSO, L'IMPRENDITRICE CHE VUOL FARE CONCORRENZA ALLA PROVENZA

La signora della lavanda

Dipingere le montagne di viola: è qualcosa di più di un desiderio quello di dare colore alle vette per Paola Toso, Signora della Lavanda. Artista che, per un gioco incrociato del destino, è diventata imprenditrice. Un desiderio, quello di Paola Toso, che trova un lontano parallelismo nel mondo dell'arte: in Kirchner che tingeva di malva e lilla le vette innevate di Davos, Svizzera. Località cara anche allo scrittore tedesco Thomas Mann che qui vi ambientò il romanzo *La montagna incantata*, elogio della ineluttabilità della morte che viene, in parte, sublimata. Ma i sottili distinguo rimangono. Se l'espressionista Kirchner puntava "solo" sul colore inteso come pura emozione che "riversava", senza annacquamenti, sulla tela, Paola Toso si spinge nel concreto: punta a diffondere in regione la coltura di lavanda angustifolia. Immagina distese a perdita d'occhio di questa pianta robusta che, quando esplose nella fioritura, "fa macchia". E tinge i campi di un viola intenso, a volte argentato, che diffonde ondate di profumo. E' un *leit motiv* per questa signora determinata quello di dare "colore" alle cime del Friuli-Venezia Giulia. Dove il colore ha significati non solo cromatici, simbolici, ma pure imprenditoriali. Il tutto partendo da Venzone che, a tratti, pare la scenografia di un *set* cinematografico, divenuta, da qualche stagione, il quartier generale di Paola Toso e, come diretta conseguenza del suo insediamento in loco, la "capitale" della lavanda a livello regionale e nazionale. Venzone, dunque, come Aix en Provence. Un parallelismo naturale. Località meno mediterranea, ma dall'essenza più forte.

Come mai è approdata a Venzone?

E' una storia lunga. E, come in tutte le vicende umane, il filo va preso dagli inizi: frequentai una scuola di estetica, negli anni Settanta, a Udine. Seguì l'apertura di un negozio di profumeria-estetica. Era un lavoro ripetitivo, poco adatto alla mia indole. Mi ero avvicinata all'estetica solo perché interessata al visagismo. Seguì una fase in cui approfondii a fondo, anche collaborando con colossi internazionali, l'ambito del visagismo. Poi feci da "apripista" nella *body art*, ottenendo risultati al top. Si trattò di una fase di transito. A un certo punto fui consapevole che i miei lavori, all'insegna del *total look*, sparivano. Un colpo di saponi, e via, non rimaneva nulla.

Panico per la caducità del proprio lavoro?

So che desideravo fare qualche cosa che rimanesse in loco. Sono nata e cresciuta a Ruda e ricordo che, da ragazza, ero animata dalla voglia di scappare dal Friuli. Di prenderne le distanze. Prima del terremoto del '76, ricordo che, come altri coetanei, provavo una punta di leggera vergogna a dire:



Paola Toso

"Sono friulana". Se andavi a Milano o Roma, nell'epoca pre-sisma, c'era chi ti chiedeva stupito: "Ma dov'è Udine?" o "In che parte del mondo è il Friuli?".

Equivaleva, insomma, a essere catalogati come provinciali tout court?

In un certo senso. Ripenso alla "vergogna" come a un sentimento "solo" di gioventù. Una volta cresciuta, e raggiunti risultati come esperta di *make-up* per maison internazionali - mi capitò una cosa inversa. Esplose il desiderio di rimanere qui e, soprattutto, di creare una realtà che rispecchiasse, al meglio, le mie radici e la mia terra natale tanto ricca di sfaccettature. E di farlo puntando sull'alta professionalità. E per questo scelsi, negli anni Novanta, come città d'elezione Venzone. Me la fece scoprire un amico. Mi disse: "Vai a vederla. E' magica". Costatai che era vero. Udine è bella, ma non la sentivo nel fondo intimamente mia.

Ci vuole feeling anche per le città?

Appunto. Volevo trovare stimoli come quelli percepiti nella "mia" Ruda, dove iniziai a scoprire la Natura. E esprimermi in una altra realtà piccola. Venzone, dunque. Mi innamorai subito della sua peculiare atmosfera. All'epoca erano in assegnazione dei palazzi e io scelsi un negozio in una sede centrale dove aprii una piccola erboristeria. Vendevo erbe di Carnia. Una realtà ribattezzata *Prodotti del bucanave*. Nome non casuale in quanto è fra i primi fiori a sbocciare. L'inserimento è stato un po' arduo. Me ne dispiacevo. Non capivo se era più freddo il clima o la gente.

Tenne duro, da friulana?

Sì. Nel giro di pochi anni, aprii una ventina

di punti vendita. Partendo dal vicino Triveneto. Puntando su un' incisiva azione commerciale, i miei prodotti si vendevano nei migliori negozi di tutt'Italia. Poi, nel 2000, una fase di riflessione. Avevo raggiunto ottimi traguardi in quell'anno. Il fatturato s'aggiirava sui 4 miliardi. Ragionai anche sulla progettazione del *franchising*. Ma ero dinanzi a un bivio. Due le strade: prima, espandermi e raggiungere i 100 punti vendita. Scelta scontata, sotto certi aspetti, poiché ero "corteggiata" da gruppi importanti del settore e persino da una banca del Lussemburgo intenzionata a diventare partner dell'azienda. La seconda opzione consisteva in una revisione totale della strategia. Dato il potenziale già acquisito, puntare sulla valorizzazione del territorio. Decisi per la seconda.

Come mai?

Capii che ero cresciuta abbastanza per avere il coraggio di dire: basta, ora rimango solo a Venzone. Località che, fino ad allora, vivevo sporadicamente. Era di fatto "solo" un magazzino di prodotti. Da cui partivo per raggiungere tutt'Italia in quanto, personalmente, m'occupavo del lato commerciale dell'azienda. Il mio obiettivo era di creare *in loco* un sistema, una realtà forte e duratura. E' così scaturì l'idea della *Lavanda di Venzone*. Ora mi spendo per creare in zona una robusta filiera che dia vita a un corposo indotto.

Una realtà che possa far concorrenza diretta alla Provenza?

Certo. Non è un'utopia. A differenza d'altre regioni italiane, abbiamo già "attivato" un marchio ad hoc che si pone sul mercato. E che, di fatto, attesta la chiusura - non solo simbolica - di una filiera. Un filo che si dispiega da Venzone a Moggio, sino a Chiusaforte e Valcanale.

Un filo viola e profumato, dunque, che si snodi lungo le montagne friulane?

Certo. Alla mia idea ha aderito la montagna - dove già si stanno coltivando campi della pianta o mettendola a dimora - ma persino, e inaspettatamente, altre zone. Ci si è innamorati, in sostanza, del progetto di tingere di viola il Friuli Venezia Giulia. E' una cosa splendida. Non solo a livello produttivo, ma persino turistico.

Trovato sensibilità in Regione?

Sì. Fra gli altri nell'assessore Bertossi.

Nella produzione utilizza solo lavanda friulana?

Sì. Ma c'è ancora tanto da fare.

Come è nata l'idea di far leva su questa pianta?

Tutto è partito da un viaggio, indimenticabile, in Provenza dove c'è una filiera. Di ritorno, mi documentai sulle erbe officinali e

uuu

sul modello francese. Anche per riproporlo in loco, pur con i dovuti distinguo. Poi, si sa, nelle cose, bisogna crederci. Ed io, pensando alle peculiarità del Friuli, ci ho creduto. E tuttora ci credo. I tempi ora sono maturi per un discorso di questo tipo. Anni fa non lo erano. L'esempio della Provenza rappresenta sempre un supporto. Ma, qualitativamente, siamo migliori.

Strano per una pianta che pare poter crescere meglio in ambiente caldo...

Errato. Qui è più forte e balsamica. Questo è il segreto. Di qui, il livello nettamente superiore.

Obiettivo a breve?

Grande: coltivare il mondo di viola. Ma non perché mi interessi coltivare la lavanda in giro per il globo, ma perché questa regione è un piccolo compendio del mondo. E' un mix che piace per le sue svariate componenti: storia, tradizioni, cultura, poesia, leggende, natura. E anche la nostra lavanda che ha attirato la curiosità di molti turisti durante la Festa ad essa dedicata. Vorrei che venisse coltivata ovunque in regione. E questo significherebbe legare varie cittadine della regione, note a livello turistico, al suo fiore: da Venzone a San Daniele, da Grado a Trieste, da Tarvisio a Lignano.

Sposare questo fiore con le peculiarità locali affinché ci sia un comun denominatore inconfondibile?

Esatto. Penso anche ad abbinarlo ai prodotti gastronomici.

Cosa esprime per lei la lavanda?

E' un fiore semplice che, ho notato, piace al 95 per cento della gente. Una cosa inusuale. Intriga tutti: uomini, donne e bambini.

Sfugge, generalizzando. Perché piace a lei?

E' la pianta della resurrezione. Se poi di Venzone, città che è risorta dopo il sisma

del '76, ha un significato simbolico duplice. Mi pare un connubio eccezionale.

Cosa significa per lei rinascere?

Potersi rinnovare. Credo nella possibilità – e io ne sono un esempio – delle persone di cambiare. Da ragazza, mai avrei pensato di diventare imprenditrice.

Cosa le evoca il viola?

Fascino, tranquillità interiore e un grandissimo equilibrio. Se uno non tollera un colore, non si lascia certo influenzare da quello che legge su questa tinta e sui suoi significati. A me dà serenità e, al contempo, forza.

Tinta sempre amata?

No. E neppure ho sempre amato la lavanda. E' stata lei a conquistarmi. E – cosa strana – è che alla fine mi sono perdutamente innamorata di questa piccola spiga che, a differenza di altri fiori più appariscenti, non incanta subito. Come nel tempo io sono cresciuta. Maturata. Tutto nacque da delle signore di Venzone. Ogni anno mi regalavano dei mazzi. Anche per trattenermi in paese dove stavo poco. Puntualmente, li prendevo e li mettevo in un angoletto. Ma non nel 2000. Vidi i mazzi di un viola incredibile e, d'istinto, li misi in grandi vasi in negozio. E molto in evidenza. I turisti, rimasero incantati.

E' tipo per caso da innamoramenti lenti?

In questo caso per me, che mi considero una artista prestata all'imprenditoria, è stato un amore dai ritmi lenti.

Si sente forse più artista?

Difficile a dirsi. Ho fatto per anni l'artista, in quanto truccatrice, anche per Dior, ma non ero molto soddisfatta di me.

Mi pare, nel sottofondo, sia un suo refrain. E adesso?

M'imbatto in situazioni e in un percorso che mi pare quasi già tracciato. Tutte le cose s'innestano nella giusta maniera. E' una sensazione strana.

Sarà perché ha partorito una sua "creatura": la LavandadiVenzone?

Esatto. Come Giannola Nonino che è un modello. L'ho sempre ammirata. Ha saputo dare a un prodotto povero un'immagine bella. Un *plus valore*.

Farebbe qualcosa con la Nonino?

Certo, la grappa alla lavanda. Che, per altro, si sposa con tutto. Abbiamo fatto pasta, biscotti e anche miele. Andato a ruba. Lo testiamo in un punto vendita situato in un paese di 700 anime. Dove facciamo i numeri da centro commerciale. I turisti ne hanno fatto incetta: tedeschi, austriaci. I francesi, poi, sono i nostri maggiori estimatori.

Gente da palati da gourmet...

Certo. E ora c'è in ballo con l'ateneo un progetto mirato legato alla produzione della coltura.

L'immagine comunque già piace. Come se lo spiega?

Va oltre. Ed è per questo che c'è chi, a livello regionale, crede in questo tipo di progetto di filiera.

Oltre al viola, quale colore da sempre la strega?

Il mio sarebbe il rosso. E poi l'arancio. Sono del segno del leone che ama le cose calde e vivaci. Ora m'affascina questa tinta più fredda.

Ma nel viola c'è il rosso.

E' vero.

Pittore più apprezzato?

Tanti. Ne sposai anche uno. Era allievo di Vedova. Ma ci siamo lasciati tanti anni fa. Direi Picasso e Guttuso. Tutti molto caldi. Mediterranei. Detesto, invece, Salvador Dalì.

Scrittore amato?

Oriana Fallaci. E' vera. Autentica.

Tante, trova, le persone non vere?

Sì. E vivendo in realtà che ama Venzone, in queste dimensioni, ci si abitua a essere selettivi. Si screma. Una cosa di cui, anni fa, avvertivo la necessità. Per questo, penso, lasciai certi salotti. Ero collega di Diego della Palma, Gil, ma non riuscivo a star bene fino in fondo in un certo mondo.

Se non avesse fatto questo lavoro, che altro?

Penso a tante più cose. Ma solo in questo settore.

Un motto?

Tutto, subito e molto bene. Me lo ripeto 100 volte al giorno. E lo ribadisco a tutti. Ogni cosa per me dovrebbe essere sempre fatta al meglio. Accanto a me forse non si sta molto bene in quanto sono perfezionista. Pretenziosa in primis con me stessa e, poi, anche con gli altri.

Un paradosso: si mette a voler tutto e subito a Venzone dove è palese che sia più difficile ottenerlo. Forse il tutto ha un significato più profondo. Non crede?

Certo, ma perché potrei rappresentare il nuovo. Qualcosa che potrebbe cambiare lo status quo. Dobbiamo renderci conto che la realtà, all'esterno, è di un certo tipo. E poi è una sfida, una lotta continua. Forse è questo che cercavo nella vita. Una realtà dura, cruda. Senza sofisticazioni.

a.m.

Potere viola

Lavanda, pianta dalle molteplici virtù. Ma anche simbolo in Natura del viola. Tinta delle conoscenze intuitive e percezioni profonde. Ma anche di metamorfosi. E' assodata inoltre a mistero e magia. Psicologicamente – sostengono gli esperti – manifesta l'urgenza d'esprimersi e può indicare una personalità sensibile, a tratti suggestionabile. Su chi svolge professioni artistiche, ha effetto calmante, perché mitiga il sistema nervoso ed aiuta a mettersi in contatto con le energie più profonde. Attesta il cambiamento, le fasi di passaggio delicate. Non a caso, in tempi segnati da "crisi" e incertezze, ha tenuto banco nell'estate 2005. E continuerà ad essere trendy nell'autunno-inverno 2006. Per la stagione fredda gli stilisti punta di Milano, Parigi e New York hanno ricolto buona parte del guardaroba con tutte le sfumature del viola: dal glicone al lavanda, dal rosa scuro al lilla, al pervinca, sino al (quasi) blu. Il viola dunque oscilla fra il caldo rosso e il freddo blu. Due estremi che si fondono. Un intrigante mix, anche fra sacro e profano. Tanto che – si dice – i suoi toni più cupi trasmettono spiritualità, quelli più chiari sensualità. Viola è il colore dell'«eterno» -, dell'ignoto, della femminilità più sottile. Quella meno sfrontata che poggia sulla forza dei dettagli. Ma anche della positività. Quest'anno, insomma, il viola ha

spazzato via secoli di cattive credenze legate anche al fatto che, a partire dal Medioevo, era il colore dei paramenti sacri in tempi di Quaresima. Un periodo in cui erano tassativamente vietati gli spettacoli teatrali. Di qui, scaturisce la fama iettatoria del colore tra la gente di spettacolo. Credenze sfidate da un regista cult, Steven Spielberg, che, nell'85 intitolò il suo film Il colore viola (The Color Purple). Altra eccezione è rappresentata da Prince, cui il viola portò decisamente fortuna visto che Purple Rain (pioggia viola) è il titolo dell'album e del film che, nel 1984 lo lanciarono nel firmamento delle superstar come l'anti-Michael Jackson. Per un paio d'anni il pubblico dei suoi concerti vestì rigorosamente di viola, usanza interrotta nel 1987 allorché, subito dopo la pubblicazione di Sign Of The Times, il cantante di Minneapolis chiese esplicitamente ai fan di scegliere capi neri. Oppure color pesca, in omaggio alle nuances delle copertine interne del suo doppio album. Viola dunque come scaccia-jella. Come tinta contro il malocchio. Oltretutto come emblema del ricordo, di una nostalgia di tarkovskijana memoria. Ne sono testimoni certe pellicole che si dispiegano sul filo dei remembers come pure i teneri mazzolini di violette del pensiero, o le essenze di violette di Parma ritornate prepotentemente fashion. O i sacchetti di lavanda, da mettere nei cassetti dei comò, che profumano di pulito e, soprattutto, di bei tempi andati. Tempi che, tramite l'olfatto, il più evocativo dei sensi, si vogliono recuperare. (a.m.)