



buone pratiche



Il cortometraggio che racconta il Prosecco DOP e il suo territorio

Il regista Guttadauro racconta come si costruisce lo storytelling internazionale del legame tra un'eccellenza DOP e i suoi valori

a cura della redazione

La potenza evocativa delle immagini nel tempo ha conquistato la comunicazione del mondo del vino. Far assaporare la bellezza è il concetto dal quale è partito il Consorzio Prosecco DOC, quando ha contattato il regista, fotografo e direttore artistico Carlo Guttadauro per chiedergli di realizzare un cortometraggio promozionale, che si rivolgesse soprattutto ai mercati orientali. È la genesi di “Lightness that inspires”, la leggerezza che ispira, short film che ha già ottenuto sei riconoscimenti a importanti festival internazionali, in Oriente al Golden Harvest Film Festival di Tokyo e al Calcutta International Cult Film Festival, ma anche negli Stati Uniti al Top Shorts – USA, al New York International Film Awards™ – NYIF, a Las Vegas Movie Awards, per arrivare al Berlin Flash Film Festival e al Festival del Cinema di Venezia.

Il regista Carlo Guttadauro, una formazione filosofica e artistica e una ricerca che abbraccia la fotografia, le arti visive, spiega a Consorzio come si racconta un territorio grazie anche ai lavori fatti per i Consorzi del Lambrusco, dell'Aceto Balsamico di Modena IGP, del Parmigiano Reggiano DOP.

Il segreto è riuscire a fare cose senza retorica: c'è tanto da raccontare nell'agroalimentare

“Nella comunicazione dell'universo agroalimentare italiano d'eccellenza – spiega Guttadauro – non bastano voglia di fare e qualche post con foto o video improvvisati sui social per fare la differenza. Servono professionalità solide, con una visione aperta sul futuro, mirate non a copiare ma a ideare”.

L'agroalimentare e il mondo del vino hanno capito l'importanza di comunicare attraverso mezzi nuovi?

Rispetto a dieci anni fa, il linguaggio è cambiato, oggi è possibile un approccio sperimentale, artistico, prima era sicuramente più difficile, c'era meno apertura che adesso. In molti credono nel valore della sperimentazione, c'è una maggiore sensibilità e questo rende tutto più facile. Il segreto è riuscire a fare cose diverse, senza retorica. Siccome percepisco l'arte non in senso canonico, ma come esperienza, proprio la mia esperienza nel settore agroalimentare mi ha permesso di fare incontri importanti e ho capito che nell'ambito delle produzioni agricole e agroalimentari c'è tanto da raccontare, il bisogno di identità, l'esigenza di narrarsi; ci sono tante storie che vanno comunicate. L'agroalimentare è un ambito molto importante. Dai video



clip allo short film, sono tutti mezzi adatti per comunicare i territori. La nostra società è liquida, il digitale deve abbandonare gli anni '80 e aprirsi a un rapporto più fluido. Nell'esperienza arriva una realtà che è già in movimento. Come regista ricerco nel movimento l'assoluto, per me il fondamento della comunicazione è nell'esperienza che cerco di far emergere. Affronto lo storytelling sempre con un rapporto impressionista, sentimentale. Ho un approccio filosofico: attraverso la relazione si realizza il viaggio, l'apertura. Cerco di portare tutto quello che trovo nel viaggio nelle storie che racconto.

Qual è la sinossi del cortometraggio?

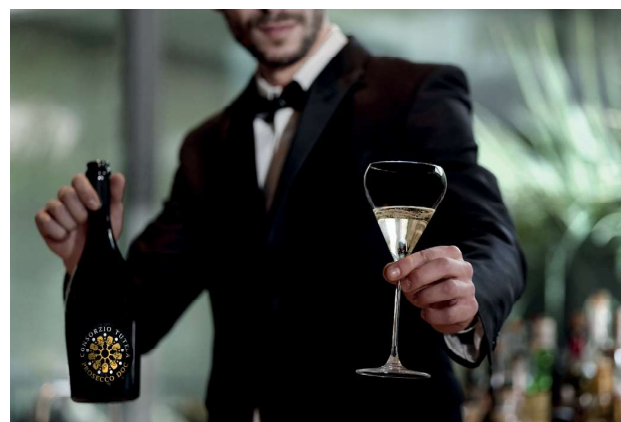
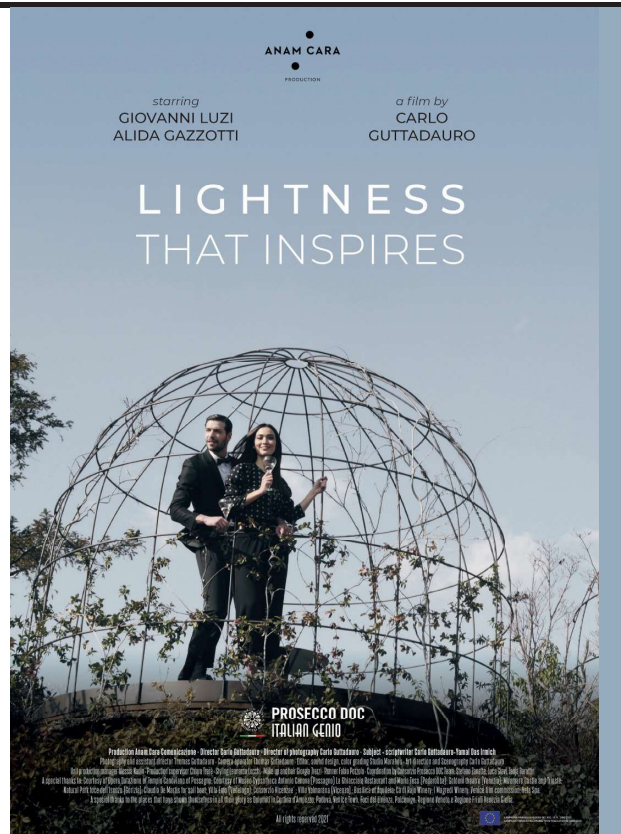
Il Territorio vibra attraverso i diversi fotogrammi. Il cameriere è il Prosecco DOP che offrendosi a una manager irrigidita, seduta in una sala d'attesa, ha il coraggio di esporsi; è come la fotocamera che lavora sul concetto di esposizione, la fotografia che scrive con la luce; qui il Prosecco DOP si apre al mondo. Nella mia idea il giovane cameriere che porge il calice di Prosecco DOP, si offre come l'esposizione del mezzo fotografico, che aprendosi sperimenta l'urto del reale. Il racconto è come un falegname che stacca dalla pialla i trucioli di realtà. I frame sono come trucioli, staccati, che tuttavia non si presentano come contrapposizione, ma come continuità, unità invisibile fra le cose. Il Prosecco DOP, offrendosi, invita a una leggerezza che ispira una donna gravata dal peso del mondo, la invita a un viaggio che inizia dal calice che lei degusta. È come se in quell'istante il Prosecco DOP la iniziasse al viaggio tra il Friuli e il Veneto per farle scoprire che dentro al calice ci sono arte e natura, in un rapporto circolare. Nelle immagini, dopo che la protagonista ha assaggiato il Prosecco DOP, entra in un vortice, dove si susseguono i profili sinuosi delle sculture di Canova alla Gipsoteca di Possagno (Treviso), che fanno eco al Castello Miramare di Trieste, per tornare a Venezia ondeggiando sul Canal Grande, e poi distendere lo sguardo sopra Prato della Valle a Padova, e alla foce dell'Isonzo nel goriziano, risalendo sulle Dolomiti bellunesi dopo una sosta tra le ville del vicentino. Un viaggio d'amore che i due giovani protagonisti del cortometraggio, vivono grazie a un brindisi inebriante e seducente. Antonio Canova, è il *genius loci*, la storia d'amore fra il cameriere e la manager parte dal museo della gipsoteca.

Il cortometraggio è nato per rivolgersi a un pubblico ben definito?

Il potere delle immagini è che comunicano in modo universale, ma in questo caso il cortometraggio è stato costruito pensando ai nuovi mercati in estremo oriente. La base era l'esigenza di far conoscere il Prosecco DOP in Paesi lontani, nei mercati nuovi come Cina, India, Giappone, per questo la scelta di una modella che interpretasse la manager nella sala d'attesa, con tratti parzialmente orientali. Il mondo sta cambiando molto velocemente, l'immagine è un medium velocissimo per sintetizzare situazioni complesse: bellezza del territorio, del paesaggio, ti guida verso l'enoturismo, per fare conoscere nel mondo quello che le DOP IGP hanno dietro, è il terroir che deve uscire; nei miei lavori c'è anche sound design, l'aspetto sonoro è il ritmo con cui si accompagna l'immagine.

Come è stata la collaborazione con il Consorzio del Prosecco?

Se ho fatto quello che ho fatto è grazie all'apertura e alla lungimiranza del Consorzio, mi hanno ingaggiato parlandomi de "La leggerezza di Italo Calvino", ho raccolto quella provocazione, mi hanno dato carta bianca, sono stati compagni di viaggio straordinari. Il successo della loro denominazione è esaltare insieme al prodotto, il territorio, l'arte e l'architettura. Loro lo sanno e questo mi hanno chiesto, il resto è nel cortometraggio.



PROSECCO DOC ITALIAN GENIO Consorzio di Tutela della DOC Prosecco
 Piazza Filodrammatici 3 - 31100 Treviso
 www.prosecco.wine - info@consorzio.prosecco.it

