



## Bellissima e da esportazione, ecco la Torino di Damilano

VERSO IL VOTO

Oscar Serra07:00 Giovedì 22 Aprile 2021

Mentre avversari e alleati sono impegnati in tatticismi e lotte intestine il candidato civico di centrodestra marcia spedito nella sua campagna elettorale. Nessun affanno, anzi l'assenza di partiti sembra persino agevolarlo. E sta affinando programma e squadra



“Vado forte? Sono gli altri che vanno piano”. Dietro la scrivania del suo quartier generale di corso Moncalieri, **Paolo Damilano** osserva la collina che s'arrampica alla finestra e gongola a guardare i suoi avversari “in preda ai tatticismi mentre fuori ci sono le bombe”, metafora per descrivere morti e feriti di una pandemia che non arretra, famiglie in difficoltà e interi settori economici allo stremo. Lui ha iniziato a correre ancor prima che venissero posticipate le urne in autunno, ma nonostante la partenza anticipata (e il Covid che l'ha colpito il mese scorso) sbaglia chi pensa di trovarlo col fiato corto. Ha battuto la città incrementando la sua notorietà in attesa che i partiti del centrodestra scioglano le residue riserve sul suo nome. In ansia? “Io ormai sono in ballo sta a loro dimostrare di avere la lungimiranza di affidarsi a un candidato che ha reso questa città contendibile”. e la lungimiranza di affidarsi a un candidato che ha reso questa città contendibile”.

**Matteo Salvini** ha già espresso il suo endorsement, **Giorgia Meloni** e **Antonio Tajani** per schermaglie interne continuano a rimandare l'incoronazione e chissà che questo non possa alla lunga rappresentare un punto di forza in un periodo in cui una figura civica può esercitare un appeal certamente superiore a quello dei partiti.

Sulla scrivania, assieme alle bottiglie della “sua” acqua Valmora, il pamphlet *Chi ha fermato Torino?* scritto a sei mani da Arnaldo Bagnasco, Giuseppe Berta e Angelo Picchierri: lui un'idea ce l'ha e punta il dito contro **Chiara Appendino** – “che avrebbe dovuto scardinare un sistema di potere consolidato e con il quale ora invece si vuole alleare” – ma anche con chi prima di lei ha amministrato tra luci e ombre una città che arranca tra debiti e crisi d'identità. Al muro la stampa della Mole è a fianco a quella del Barolo, il marchio di eccellenza di casa Damilano. L'immagine dell'imprenditore di



successo è quella che vuole trasmettere agli elettori, a partire da quelle periferie disagiate che ha iniziato a frequentare, forte anche del sostegno di chi, fino a ieri stava con Appendino, a partire dalla coordinatrice dei tavoli di progettazione civica **Cristina Seymandi**.

“Quando t’imbarchi in imprese simili devi essere un po’ pazzo e un po’ ingenuo” ammette sornione. Lui non è nessuno dei due: ha visto uno spazio e a differenza di tre anni fa, quando si fece soffiare la candidatura a governatore della Regione da **Alberto Cirio**, ci si è buttato a capo fitto. *Torino bellissima* non è solo il nome della sua lista e il claim di una campagna elettorale all’abbrivio: “Diventerà un brand da far girare per il mondo”. Vuole venderla la sua Torino e farlo meglio di chi lo ha preceduto: “Continuiamo a raccontarci tra noi di quanto sia bella questa città, ma finché non lo facciamo sapere agli altri, finché non stringiamo accordi, non creiamo sinergie allora non servirà a nulla”. E lui sa bene quanto sia importante far conoscere il prodotto per esportarlo: le sue bottiglie ogni mese salpano alla volta degli States invadendo le tavole dell’*upper class* americana. Questione (anche) di marketing.

Le radici ben piantate nelle Langhe (il papà è di Barolo, la mamma di Fossano), nel cognome quella città in perenne concorrenza con Torino: Damilano sembra incarnare gli spettri che ormai da anni aleggiano attorno alla Mole: la provincia Granda che corre rispetto al capoluogo e la capitale meneghina ormai imprendibile. “Io sono torinese – mette le mani avanti – sono nato qui e credo a un rapporto di collaborazione che non deve diventare sudditanza nei confronti di nessuno, soprattutto con Milano”. “Torino – prosegue – è al centro di un’area metropolitana e di una regione che devono saper giocare in squadra, deve diventare appetibile, una vetrina sul mondo dove, ad esempio, ci starebbe bene un grande museo del vino che in modo moderno racconti la nostra storia e le nostre eccellenze”.

