

San Gaudenzio: un castello del XIX secolo trasformato in hotel a 4 stelle

di MIRKO CONFALONIERA

Maurizio Marcone, nativo di Rocca Susella, ma residente a Voghera, dal 2007 è il direttore dell'hotel-ristorante "Il Castello di San Gaudenzio" (Cervesina), di proprietà della famiglia Bergaglio (gruppo Piberplast - Piber Group). Ha lavorato per anni (dal 1984) per la storica azienda vogherese leader nella realizzazione dei contenitori in plastica su misura per tutti i prodotti caseari, dal gelato allo yogurt e dai latticini ai formaggi. Poi, è arrivata la direzione del 'resort' cervesinese ("un'opportunità di crescita che l'azienda mi ha offerto, di cui sono molto lusingato e felice di aver accettato"). Lo contatto telefonicamente una fredda e gelida serata di inizio dicembre. Mi risponde subito una persona cordiale e molto disponibile a raccontarmi storia, passato e presente di uno dei più bei castelli del nostro Oltrepò. Per prima cosa gli domando quando San Gaudenzio è stato trasformato nell'attuale struttura alberghiera e ristoratrice. E subito dopo aggiungo: prima cosa c'era?

"Nel 1977 è nata la prima attività di ristorazione e poi nel 1986 è seguita quella alberghiera. Fino agli anni Cinquanta San Gaudenzio era un'abitazione privata della famiglia Bergaglio, attuale proprietario, che l'ha acquistato dalla famiglia Bettaglio, quelli che detenevano la maggior parte delle fornaci nella zona. Prima dei Bettaglio c'erano i Mutti, che erano i proprietari della concessionaria FIAT di allora. Fra gli anni Settanta e gli Ottanta, insieme alla sagacia e alle buone intenzioni della famiglia Bergaglio e alla loro volontà di riportare un'antica struttura ai fasti di un tempo, San Gaudenzio è stato trasformato nell'attuale albergo-ristorante". Chi sono i clienti abituali del vostro 'resort'? "Il nostro è un hotel indirizzato più sul 'business': i clienti sono varie persone a contatto con le aziende della zona (Valvitalia, Cameron Italy, Cifarelli, ecc.) che organizzano 'meeting' di lavoro e che poi utilizzano la nostra struttura a scopo di pernotta-

mento. Chiaramente c'è anche una piccola percentuale turistica, stante il fatto che l'Oltrepò Pavese meriterebbe ben più turisti di quelli che ci sono attualmente. Il castello di San Gaudenzio è un maniero del XIV secolo, arrivato alla forma attuale fra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento. La filosofia della proprietà è stata quella di mantenere la struttura storica mettendola a disposizione di tutti. Infatti, un altro dei nostri 'core business' è sicuramente il matrimonio: la 'location' San Gaudenzio è stata sicuramente fra le prime a consentire alle coppie di sposarsi in un castello".

Pensa che la scelta di trasformare un castello del 1400 in un albergo-ristorante sia riuscita a salvare un'opera d'arte di notevole bellezza che altrimenti sarebbe stata abbandonata a sé stessa, come purtroppo è accaduto per altre simili strutture della zona? E' davvero l'unica soluzione per salvare i nostri castelli?

"Credo che siamo in una situazione economica davvero complicata, dove mantenere strutture di questo tipo o trasformarle in attività ristoro-alberghiere è una scelta comunque dispendiosa. Al momento attuale non saprei che consiglio dare, se non il fatto che se si vogliono tenere vive queste dimore bisogna accettare in ogni caso di andare incontro a costi notevoli, sia aprendo attività come la nostra oppure no. Il recupero di San Gaudenzio è passato da un gruppo industriale che ha sacrificato sicuramente parte del proprio budget a favore del mantenimento della struttura. Per quanto riguarda i castelli della nostra zona entra in gioco anche la Storia. Nella diatriba secolare fra il ducato di Milano e quello del Monferrato, che ha circoscritto le cosiddette terre di mezzo, noi oltrepadani abbiamo ereditato questa mentalità di non sapere valorizzare il territorio. Sotto questo aspetto, rispetto ad altre realtà circostanti, noi siamo ancora al palo". Idee per rilanciare il turismo in Oltrepò Pavese? "Il territorio va rilanciato nel modo opportuno. Per



noi è molto importante che i vari 'tour-operator' vengano nella zona a vedere il nostro territorio e che a livello 'alto' lo si promuova con iniziative nelle varie fiere di settore che ci sono in Europa. Io ritengo che l'Oltrepò possa essere pubblicizzato in Italia (perché tante persone non lo conoscono

ancora) e nei paesi europei limitrofi. Questo tipo di turismo ideale potrebbe portare dei viaggiatori itineranti che passano dai 3 ai 5 giorni e che potrebbero avere un riscontro interessante. Bisogna farsi conoscere di più, anche attraverso la creazione di un 'brand' unico che annoveri tutte le re-

altà produttive e non avere una miriade di organizzazioni (il distretto dei vini, il consorzio del salame, ecc.) che vogliono solo tirare acqua al proprio mulino. L'Oltrepò dovrebbe avere questo marchio che va nelle varie fiere a farsi conoscere tramite i classici canali promozionali".

