

Stefanelli: un politico manager

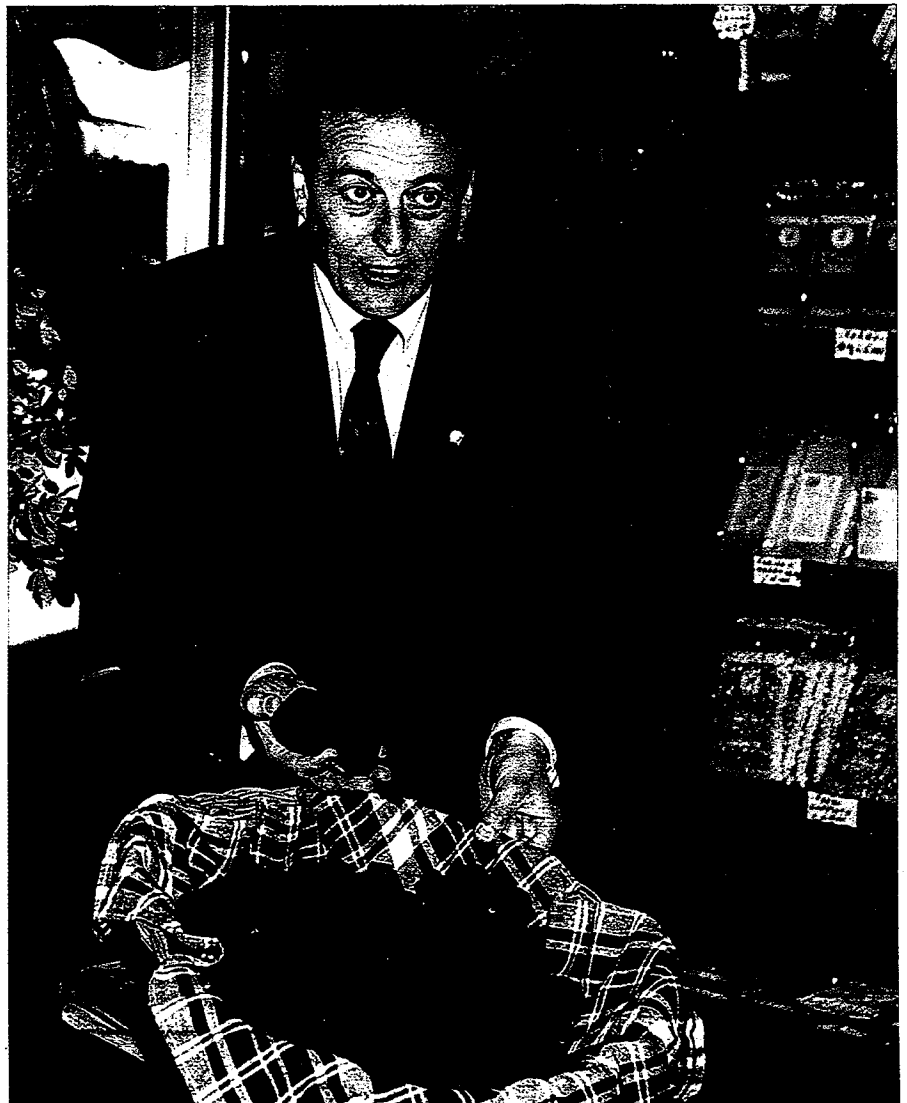
intervista di
GILBERTO SCALABRINI

Per 33 anni, dal 1951 al 1985, l'hanno giustamente chiamata "Sagra del tartufo nero e dei prodotti della montagna"; poi ha voltato pagina, ha radicalmente

cambiato look e nome, imponendosi come rassegna nazionale del tartufo nero e dei prodotti tipici della Valnerina, fino al 1992. Infine, nel 1993, è arrivata la "vernice azzurra" e si è trasformata in mostra mercato internazionale del tartufo nero pre-

PRIMO PIANO

Dieci anni di successo della mostra mercato grazie al vice sindaco di Norcia, Giampaolo Stefanelli. Le tappe della rassegna che oggi gode della vernice internazionale





Stefanelli: un politico manager

giato di Norcia e dei prodotti tipici. Regista del grande cambiamento di rotta è stato il vice sindaco della città, Giampaolo Stefanelli. Un politico che preferisce immergersi nella contemporaneità e lasciarsi trasportare dalle correnti che la attraversano. Più attento ai problemi reali che a quelli ideologici, Stefanelli possiede la straordinaria capacità di entrare in sintonia, di volta in volta, con l'umore dei tempi degli uomini, oltre che con lo



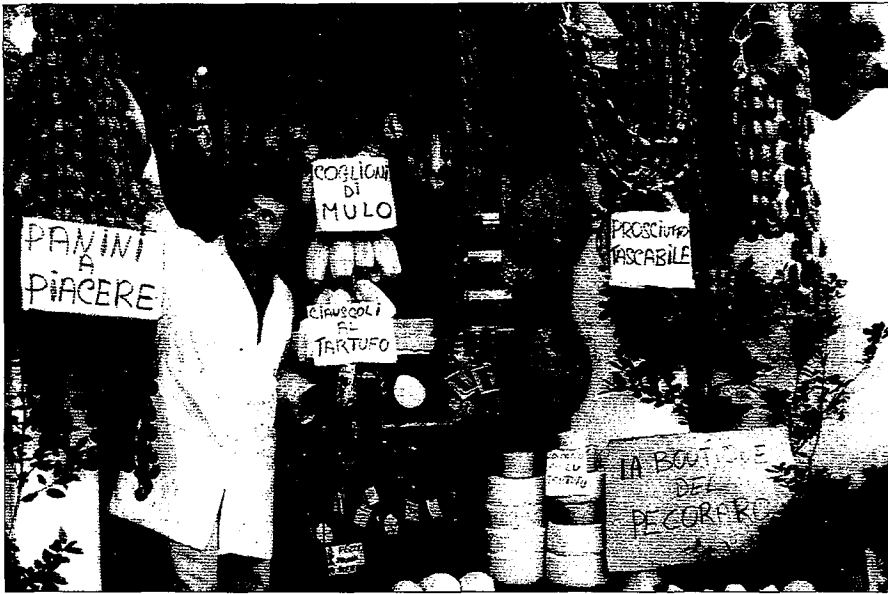
stato "emotivo delle cose". A lui si deve il coraggio della grande svolta, accettata timidamente e non senza critiche paesane, da coloro i quali serbano "rancore" verso le novità del momento, perché non hanno né la cultura, né lo spessore per guardare al futuro.

"Non nego -dice Stefanelli con il suo accattivante sorriso- che dieci anni fa fui preso anche io dal timor panico di cancellare trentatré anni di sagra. Pensavo al carattere dei miei concittadini, soprattutto alla loro antipatia verso le novità che andavo ad introdurre senza una grande esperienza. Era il 1986, quando veniva inaugurata la "prima" mostra mercato nazionale e la mia preoccupazione fu essenzialmente quella di non deludere le aspettative dei nursini e dei visitatori. Fu un vero e proprio colpo di spugna alla vecchia e sorpassata organizzazione, perché per oltre sei lustri la sagra aveva chiamato a raccolta tanti espositori con oggetti e prodotti vari, molti dei quali nulla avevano a che vedere con il tartufo nero e i prodotti della montagna. Pertanto, agli occhi di chi era abituato a vivere quelle giornate con le bancarelle dentro e fuori le mura, la nuova scelta

In alto, il pubblico delle grandi occasioni "invade" la piazza di S. Benedetto a Norcia per curiosare fra i 200 stand gastronomici.

Sotto, una grande "vetrina" del prosciutto tipico di Norcia.

(Foto Giancarlo Papi - Il Messaggero.)



conoscere i prodotti delle varie aziende con un sicuro ritorno d'immagine ed anche economico. Ed è stato così che sono iniziate a piovere anche le richieste da fuori regione, tanto che, nel 1989, è stato giocoforza cancellare dal cartellone "prodotti tipici della Valnerina", richiamando invece l'attenzione sull'aggettivo "pregiato" del nostro tartufo nero.

"Un atto dovuto -sottolinea Stefanelli- per non confonderlo con le altre specie, visto che nel frattempo nasceva l'associazione delle "città del tartufo". E precisa: "Con la denominazione tartufo nero pregiato di Norcia, non abbiamo voluto discriminare nessuno

dell'amministrazione comunale appare come un ridimensionamento discutibile della vecchia fiera, anziché un successo dell'esaltazione dei settori gastronomici, di cui Norcia ne va orgogliosa. Tutti gli stand vennero allestiti e contenuti all'interno del castello del Vignola".

Che cosa ricorda di quella prima edizione nazionale, oltre ai motteggi degli irriducibili tradizionalisti?

"Ricordo che fu realizzato un grande tartufo nero per simboleggiare tutti i prodotti ed una carbonaia che riportava alla memoria dei più anziani i duri tempi della lavorazione del carbone".

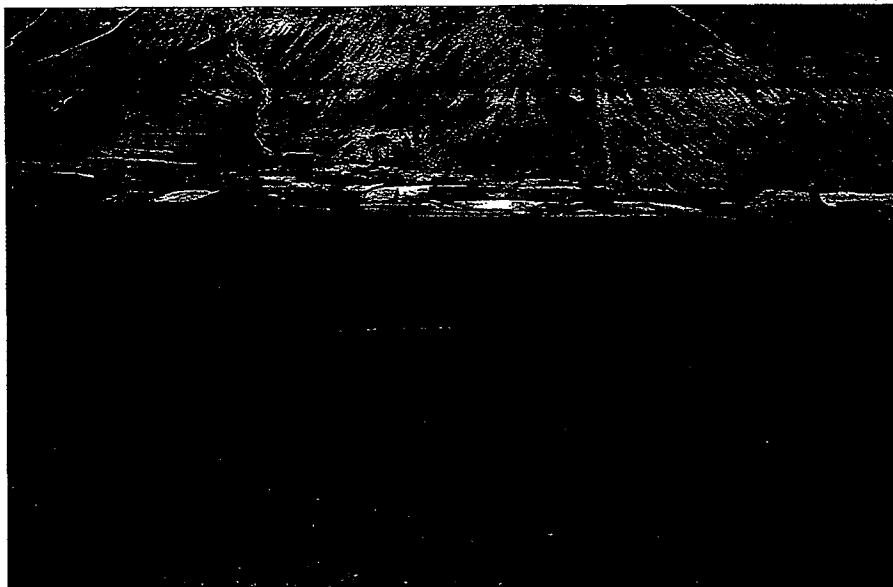
Stefanelli sottolinea anche gli sforzi compiuti per realizzare con strutture proprie gli stand, rinunciando così definitivamente al costoso prestito dei padiglioni in affitto forniti da Bastia Umbra.

Curiosamente ripesca nei ricordi pure la "ricerca" degli espositori che, solo con il trascorrere degli anni, hanno compreso appieno come una mostra mercato nazionale fosse importante per tirare l'acqua al proprio molino, quindi mirata a far

In alto. Viene l'acquolina in bocca a guardare tutti questi prodotti, esposti fuori dalle botteghe per richiamare l'attenzione dei passanti.

*(Foto Giancarlo Papi - Il Messaggero)
A fianco. L'oro nero di Norcia, ovvero il pregiato tartufo della terra di S. Benedetto. Quanto costa? Quest'anno il prezzo minimo è di 800-900 mila lire al chilo.*





degli altri tuberi, ma solo riconoscere al nostro 'nobile nero' la sua giusta collocazione geografica".

E, finalmente, tre anni fa l'ultima svolta: la mostra diventava internazionale.

"Non nascondo -afferma Stefanelli- che anche per questo passaggio ho avuto qualche timore, perché nessuno nasce maestro, ma può diventarlo se ci mette impegno e passione. E la nostra mostra non è diventata internazionale per un capriccio o una ambizione, bensì per i rapporti che questa Amministrazione ha instaurato, dal 1986 ad oggi, con alcune città e capitali d'Europa. Tutto questo nell'ambito della donazione annuale dell'olio votivo per l'accensione della fiaccola benedettina. Pur non avendo la mostra internazionale una sua collocazione nel calendario europeo, i successi non sono mancati: nel 1993 abbiamo ospitato dieci Paesi e dallo scorso anno otto. Se ci fosse più tempo, ovvero se i nostri impegni fossero di meno, sicuramente la vetrina internazionale vedrebbe a Norcia molte più bandiere straniere. E si badi bene che non siamo noi a chiamarli, bensì sono le Ambasciate a richiederci il coupon di partecipazione. In questo contesto, dunque, si potrebbe fare molto di più se il nostro calendario inserisse più manifestazioni nell'arco dell'anno, legandole ai prodotti tipici del ciclo delle stagioni. In questo caso, però, occorrerebbe una diversa organizzazione, magari autonoma, capace di lavorare a tempo

pieno per perfezionare gli appuntamenti".

Questo progetto molto ambizioso e mirato, potrebbe dare vitalità anche ad altre piazze e vie del centro storico e ad un importante calendario di appuntamenti. Un "sogno" che, nel prossimo futuro, potrebbe diventare realtà.

Assessore Stefanelli, in questo crescendo di successi della mostra mercato internazionale, lei si sente più un manager o un politico?

Allarga le braccia: "Sono figlio di commercianti, quindi ho messo a disposizione del mio mandato politico l'esperienza in questo settore. In altre parole ho coniugato la politica alla managerialità, senza secondi fini, per-

ché, ho sempre inteso svolgere un servizio alla collettività. A quella collettività che mi ha dato fiducia chiamandomi ad amministrare il suo governo".

In Stefanelli c'è sempre un cavallo bianco su cui far volare le idee, oppure una scopa magica su cui prendere il volo e sollevare il destino di Norcia. Con la sua solidale e sincera moralità, col suo lieve e sorridente ottimismo, Stefanelli ha lavorato e lavora su progetti capaci di essere al contempo vincenti e raffinati, ma anche profondamente legati alla tradizione e alla cultura di San Benedetto. Sono questi i segreti che hanno trasformato una sagra del tartufo nero pregiato e dei prodotti tipici della montagna, in una vetrina internazionale dei prodotti della terra. Dieci anni fa, però, furono in pochi a credere alla bacchetta magica di questo politico-manager. Il tempo gli ha dato ragione, tanto che i successi di questa mostra sono sempre inattesi e straordinari. Ha vinto dunque, paradossalmente, la logica del buon governo.

Anche quest'anno il successo è garantito: oltre duecento gli espositori e, come al solito, Norcia sarà meta di tanta gente, desiderosa di apprezzare questa "vetrina" gastronomica che offre solo prodotti di grande qualità.

Sopra. Pian Grande durante la fioritura della lenticchia.

Sotto. Il buon prosciutto di Norcia.

