

berti Eco. «Per la verità io la ricordo come debuttante nel catalogo *Il mondo di Giovanni Gandini*. Un neologismo azzecato, che ha avuto fortuna: si dice sta per entrare fra i vocaboli ammessi dal dizionario Treccani». E identifica fortuna ha avuto il Mercanteinfiera che è diventato sinonimo di modernariato, guadagnandosi anche il primato di maggior esposizione coperta del settore a livello internazionale.

A Stefano Spagnoli *Collector* ha chiesto di spiegare le ragioni del successo di questa manifestazione che attira ogni anno un numero crescente di visitatori e di espositori, di raccontarne la storia, di ipotizzarne lo sviluppo. E gli ha chiesto anche di fare da guida nel mondo del modernariato e dell'antiquariato itinerante dell'estate: in giro per i mercati all'aperto della penisola alla scoperta degli ultimi pianeti delle meraviglie. Solo per collezionisti, naturalmente.

Domanda. Nonno, nonna, padre: lei appartiene a una dinastia di artisti ed è a sua volta pittore. Come concilia la vocazione artistica con quella fieristica?

Risposta. Attraverso la vocazione al collezionismo. In realtà il mestiere di fieraiolo mi consente di dipingere quando ne sento il bisogno e di esorcizzare il canto dei mercanti, dei critici, dei committenti. Anche se organizzo le manifestazioni mi assorbe ormai quasi a tempo pieno, mi piace pensare di rimanere essenzialmente un artista che, a tempo perso, inventa fiere pittoresche.

D. Quali è stata la molla che ha fatto scattare l'idea del Mercanteinfiera?

R. Sono un ipodinamico, mi sposto malvolentieri, non ho neppure la patente. Non amo viaggiare ma amo l'antiquariato che, purtroppo, si trova in giro per il mondo.

Per superare la contraddizione ho pensato che la cosa migliore fosse escogitare un sistema per far convergere a Parma gli antiquari. Così, nel 1981, ho presentato il progetto del Mercanteinfiera a Flavio Franceschi, l'allora presidente delle Fiere di Parma. Non è stato difficile convincerlo a tentare l'avventura: in fondo era un suo pallino irrisolto a realizzare manifestazioni fuori dall'ambito tecnologico alimentare, tanto scontato per l'area parmense.

D. E nel 1982 il decollo.

R. Siamo partiti un po' alla galibaldina. Anche le manifestazioni collaterali che dovevano servire da supporto per il lancio della fiera erano state organizzate in tempi strettissimi e con mezzi irrisolti. Ma due iniziative suscitarono subito un buon interesse nel pubblico e negli operatori: la mostra su Antonio Ligabue e quella sulle auto da collezione in cui comparivano, fra le altre, anche la Maserati di Evita Peron e la macchina di Al Capone, corredata da un attestato notarile che ne garantiva la proprietà. Fin da quella prima edizione, comunque, il Mercanteinfiera si è presentato come una rassegna giocosa, quasi una festa. Io per primo lo volevo così: per me inventare una fiera è come allestire uno spettacolo, un circo.

D. Un circo che è diventato presto a più piste e che tutte le carte in regola per essere considerato anche come un ottimo business.

R. A tre piste, per l'esattezza. La prima edizione del Mercanteinfiera ospitava 90 antiquari. Di anno in anno è andata ingigantendosi finché, nel 1987 e quasi come conseguenza fisiologica, non ha generato l'Isola del tempo: una zingara marzolina tra operatori e collezionisti che dura solo quattro giorni, pochi rispetto ai dieci della rassegna madre. Nel 1989 è arri-

deatore e inventore del Mercanteinfiera di Parma, Stefano Spagnoli è un collezionista nato ma anche trasgressivo e inorganico. Il suo studio che si affaccia sui tetti di Parma è un gran palcoscenico per le più svariate raccolte: dai libri ai giocattoli, dalle stampe alle forme per dolci. Pittore creativo che disegna da una dinastia di artisti, Spagnoli ha il merito di aver

imposto una nuova filosofia dell'antiquariato: facendo affari con ciò che antico non è ancora, con quegli oggetti di modernariato che fanno gola ai collezionisti. Oggi Stefano Spagnoli è consulente artistico per tutte le rassegne ospitate dalle Fiere di Parma. In seguito al successo del Mercanteinfiera, sono nate altre due mostre specializzate: L'isola del tempo e Vetrina incantata.



vata la secondogenita, Vettrina incantata: altra kermesse di quattro giorni ma di profondo prenazionalismo, dedicata al piccolo oggetto antico e alle curiosità. Tradotto in cifre, è uno spettacolo in tre atti che vuole dire 500 espositori a settembre, 470 a marzo e 220 a dicembre. Il giro d'affari che investe gli operatori è incalcolabile: avviene tutto proprio come nel gioco del Mercanteinfiera, i pezzi girano da uno stand all'altro, contrattazioni furibonde iniziano già durante l'allestimento.

D. All'ultima edizione del Mercanteinfiera i visitatori paganti sono stati 53 mila. Lo spettacolo coinvolge tutti?

R. A volte anche oltre le previsioni. Come l'anno scorso, quando a inaugurare la mostra sono stati invitati Renzo Arbore e Roberto D'Agostino. Il richiamo popolare ha funzionato, l'idea del coinvolgimento totale ancora di più. Alla fine gli stessi ospiti che avrebbero dovuto solo tenere a battesimo l'edizione sono stati trasformati in clienti: Arbore si è aggiudicato un numero esagerato di oggetti di plastica, D'Agostino si è tornato a casa con almeno 150 medaglie e una discutibile scrivania da studente delle scuole medie anni Cinquanta, con il suo bel ripiano di vetro sotto cui era gelosamente riposta un'enorme cartina geografica.

D. Il canale delle manifestazioni collaterali al Mercanteinfiera è sempre molto ricco. Comporta anche ricchi investimenti?

R. Non proprio. Gli investimenti sono minimi in termini assoluti, grandi solo se visti in rapporto alla manifestazione, soprattutto considerando che il Mercanteinfiera non ha sponsor. La parte spettacolare della fiera non ci costa molto grazie alla disponibilità di mercanti e collezionisti che ci mettono a disposizione lavoro e mate-

riali. A cifre modeste, in passato, abbiamo esposto interi circhi, vecchie balere, postriboli, rassegne d'arte dedicate alla famiglia Balla, a Bruno Munari, allo Jacovitti erotico, ai mosaici di Afro. E poi bazarrie e curiosità come le ricostruzioni dell'unica mostra personale della pittrice Clara Petacci e una cameretta per bambini completamente costruita e decorata da Antonio Rubino.

D. Quali sono le mostre o le iniziative già in cantiere per la prossima edizione?

R. Il cartellone non è ancora definito, ma diciamo che ci sarà senz'altro una mostra sull'attività di Garinei e Giovannini: dai costumi di scena a feticci di varia natura relativi ai loro spettacoli. Ho in mente anche due rassegne proibite: una sulla fotografia erotica fin de siècle e una cartellata sul disegno sado-masochista contemporaneo. Esporterò anche la mia raccolta, di un centinaio di tempera di dimenticati e bravissimi pittori pubblicitari che decantano, in questi vecchi lavori, prodotti rigorosamente inesistenti. E poi antica e prestigiosa scultura africana e, spero, due omaggi, uno dedicato alla secolare corruzione degli ebanisti torinesi e, il secondo, alla Novecento Corporation del magate americano Wollson.

D. Il successo delle mostre mercantili dell'antiquariato e del Mercanteinfiera in particolare, sembra elevare il collezionismo da mania squisita privata a fatto di costume. Come si spiega veramente questo passaggio?

R. Semplicemente con una nuova idea di benessere, tipica della società contemporanea. Il collezionista è un privilegiato che possiede e coordina un pianeta personale, ed è proprio questo pianeta che lo difende dalla precarietà: il tempo accelera sempre, mangia se stesso, è