

Sabato 3 maggio 1997

10 l'Unità

IL PAGINONE

Il Personaggio

Maurizio Fistarol
Ovvero il sindaco
più amato dalle italiane

MICHELE SARTORI

EADESSO tutti in coro... "Fista ti tenta due volte tanto...". Che festa. Al Dodo's club le ragazze si tengono per mano, cantano dondolando, qualcuna accende il Bic, puntano sguardi adoranti su "lui". E "lui" sorseggia una vodka al limone, sorride con timidezza maliziosa, sistema il ciuffo assassino, sussurra fra sé e sé: «Come mi piacerebbe arrivare ad una sinistra di seduttori». La moglie, Gilda, lo marcastretto.

Tè chi, el Fista: Maurizio Fistarol, quarantenne sindaco di Belluno. Sindaco? Di mattina irriverenti impiegati si scapellano sulle scale del Municipio: «Ossequi, signor Faraone». La segretaria lo accoglie ghignando: «Buondi, Bulgarò!». Male, detto quel giorno, freschissimo, che ha trionfato per la seconda volta: due voti su tre per il pidessino nella città bianca. Il sindaco più amato dagli italiani. O meglio: dalle italiane.

Adesso è alla scrivania, sotto le finestre scorre il Piave. Per farmacarte una murrina veneziana a forma di quercia: "Regalo di un'amica". Sul ripiano un mazzetto di fiori: «Mandati da una ragazza. C'è solo il nome». Sospiro: «Le donne sono sempre più brave degli uomini». Ah sì? «Diavolo! Votassero solo loro, qua a Belluno avrei superato l'80%, minimo».

Di là dalla strada, nel palazzo delle poste, lavora la moglie. Diciamo che può marcarlo stretto anche in municipio, con la prova-finestra. Ma dev'essere un'impresa: «L'altro giorno, visto che da un mese mi defilavo da casa, mi ha imposto di andare a fare la spesa al supermercato». E?

«Subito attorniato dalle donne, fra i banchi. Felicissime, proprio come se le elezioni le avessero vinte loro, personalmente, una ad una: "Abbiamo vinto, eh Maurizio?". "ce l'abbiamo fatta". Diavolo. Col Fista è dura capire quando comincia l'ironia. Sfoglia un quotidiano, un articolo su Tony Blair. «Vedi? Il mio amico Tony si che ha capito l'importanza di comunicare con la gente, faccia a faccia. Io l'ho fatto per tutti i 4 anni del mio primo mandato. Non è facile: all'inizio ti aggreddiscono, devi essere come un domatore». Pacato ed amato, ma con un caratterino. Primo rapporto, vent'anni e passa fa, col segretario del Pci bellunese: «Voleva mandarmi alle Frattocchie! Gli ho risposto: L'educazione politica si fa nei canali». Ah. Cioè? «Bisogna educare il fiuto. La politica è una strana bestia...». Quando si dice la generazione dei quarantenni. Ha mai letto, per esempio, Marx? «Ho letto... gli scritti sull'arte. E al liceo, sì, c'era un professore di filosofia che mi faceva leggere un Marx interpretato kantianamente. Ho dovuto liberarmene con una overdose di Nietzsche: ho ucciso il padre...».

Il papà, quello vero, è invece morto quando Fistarol era bambino. Mamma Maria ha tirato su tre figli da sola. Lui la adora. Lei pure: «Da ragazzino lo chiamavamo piccolo uomo: sempre serio, faceva lui il papà in famiglia». Poi, piccoli uomini crescono. Laurea 110 e lode, una tesi impostata sul federalismo e pre-discussa col professor Miglio, assistente universitario, insegnante, avvocato, consigliere comunale...

Passione per la musica: «Il mestiere che mi piacerebbe di più fare? Il direttore d'orchestra». Non il solista? «Affatto. Mi piace delegare tutto il delegabile e tenere per me le cose veramente importanti». Pas-

sione per il mare e la montagna: «Solo là riesco a pensare». Passione per le amicizie: anche con gli avversari politici. Col segretario leghista Stefano Gava ha insaccato salami fino all'altro giorno: «Dalla Lega ho solo da imparare. Sui salami».

Una venerazione per la Juve trasmessa al figlio Mattia, tre anni: «Io lo chiamo Zidane, lui mi chiama Boksic». Da sindaco ha conosciuto tanti Vip, il più prezioso lo aspetta ancora: «Marcello Lippi. Fra i grandi della terra mi manca solo lui». Cos'ha, di speciale? «Una grande capacità di far sentire titolare anche chi sta in panchina. Edifar correre la gente».

In anticamera aspetta il Florio, titolare del Dodo's Club. È lui che gli conia slogans e campagne. Quando Fistarol si è candidato per la prima volta, su un finto quotidiano. Titolo: «Il Fista in pista». Quando ha inaugurato il nuovo ponte sul Piave, manifestone: «L'uomo del ponte ha detto sì».

In questa campagna, i «Fista party» in discoteca. Gli adesivi onnipresenti con la tortina della Ferrero leggermente ritoccata: «Fista snack». Adesso l'imminente Fista-festa per la rielezione: un cuore trafitto, il graffito «Fistarol e Belluno», lo slogan: «La love story continua...». E dà che ci si ricasca, nell'amore. I giornalisti son bestiacce, se c'è una candida eccoli pronti a descriverla, "moretta", "carina", "splendide gambe"...

L'hanno mai fatto per un uomo? Per il Fista bisognerebbe inaugurare la tendenza. S'inalbera lievemente: «In politica non è il ciuffo che conta. È la proposta che fai». Però anche il ciuffo aiuta.

«Parliamo seriamente: io vedo maggioranze che si costruiscono contrattando, pezzettino su pezzettino. Ah no, non si fa così. In Italia c'è almeno un terzo dell'elettorato che non chiede altro che di essere sedotto: mi piacerebbe una sinistra con appeal sulla gente, non una sinistra di bravi ragionieri. Qualcuno con una proposta capace di far sognare: quello che non riesce a Prodi».

NEL SUO piccolo, dev'esserci riuscito. La cifra nuda e cruda - 74 miliardi investiti in quattro anni in una città di 36.000 abitanti - deve nascondere tanti piccoli sogni soddisfatti. «Mi ha telefonato Rutelli. Mi ha detto: "Evidentemente sei andato al cuore della città". E al cuor non si comanda. «Un altro amico ha provato a spiegarmi che i bellunesi mi sentono come uno di loro, e insieme vedono in me una proiezione di ciò che vorrebbero essere». È uno psichiatra? Chigno improvviso: «Macché. Un furbacchione».

«Stiamo andando sempre più bassi, vero?». Rialziamoci: qual è la ricetta del Fista? «Capire il territorio. Lavoro concreto e con serietà. Assoluta mancanza di demagogia. Moderatismo e anticonformismo. Indipendenza. Capacità di comunicare. Quel tantino di protagonismo. Un minimo di politica dell'immagine».

Come si definirebbe? «Un uomo di sinistra, liberal, federalista». E col ciuffo, che ha sedotto anche Margaux Hemingway... «Oh, quella vecchia storia?». Abbordata in un ristorante di Cortina, nel 1984: «Avevamo la stessa passione per la vodka al limone... Ci siamo messi a chiacchiere: tutta la notte soli, attorno al tavolo...». Al tavolo? Ride e s'imporpora: «Una notte indimenticabile...».

Il Caso

Il giro delle scommesse sulla Tris supera il Totocalcio

ALESSANDRO GALIANI

Addio vecchi ippodromi e sale corsa. Il cavallo si è trasformato in un Gratta e vinci. Scommettere su una corsa al trotto o al galoppo, fino all'anno scorso, era una specie di rito. Giulio Andreotti, per esempio, grande appassionato di cavalli, quando era presidente del Consiglio e andava in trasferta all'estero, per prima cosa si informava se in quel paese c'era una corsa importante e, riunioni permettendo, non mancava mai di fare un salto all'ippodromo. Insomma, le scommesse sui cavalli erano materia per iniziati, pratiche per *habitué*. Ma dall'anno scorso tutto è cambiato. L'ippica è diventata una merce di largo consumo, un gioco di massa, come il Totocalcio, la lotteria di Capodanno, il Gratta e vinci.

«Tutta colpa della Tris» dicono i vecchi scommettitori, con aria disgustata. «Tutto merito della Tris» commentano gli addetti ai lavori del mondo delle scommesse, che si fregano le mani al pensiero che in un solo anno, dal '95 al '96, il giro d'affari delle Tris è più che raddoppiato ed ha fatto lievitare parecchio anche le altre scommesse ippiche.

Adesso il *business* dei cavalli è di circa 6 mila miliardi, il 28% del totale del gioco in Italia (circa 20 mila miliardi), lievemente inferiore al Lotto e superiore al Totocalcio. Un affarone, per intenderci.

Cosa è successo? È semplice. Nel '96 quelli dell'Unire, che è una specie di ministero dei cavalli, cioè l'organismo che regola il mondo delle corse e delle scommesse ippiche, hanno deciso che la Tris, che fino a tre anni fa si giocava solo il venerdì, si poteva giocare quattro giorni su sette. L'effetto boom è stato immediato. Anche perché la Tris è facile da giocare, costa poco e consente a molti di vincere. Per puntare, infatti, oltre che all'agenzia specializzata, si può andare alla ricevitoria di un bar o di una tabaccheria qualsiasi, dove trovi la schedina della Tris accanto a quella del Totocalcio e del Totip e mescolata ai biglietti del Gratta e vinci e delle lotterie. A portata di mano, insomma. Inoltre la scommessa minima è di 6 mila lire e per vincere devi indovinare i primi tre arrivati della corsa Tris, che praticamente si corre tutti i giorni (ma ci sono anche molti altri tipi di giocate). Quanto alle vincite funzionano un po' come il Totocalcio: c'è un montepremi complessivo, che ovviamente è molto lievitato con l'incremento delle giocate e che consente vincite da un minimo di 2-3 mila lire (quando sono in molti ad indovinare la Tris) a un massimo di 60 e più milioni. Inoltre la distribuzione delle

quote è agevolata dal prelievo fiscale sul montepremi che, nel caso della Tris, è solo del 32% contro il 65% del Totocalcio.

«Abbiamo fiutato subito che la Tris sarebbe diventata un affare», confessa il titolare di una tabaccheria in via della Mercede a Roma - il boom c'è stato nei primi tre mesi del '96. All'inizio eravamo noi a consigliare i clienti abituali del Lotto o del Totocalcio a prendere una quota della Tris. Poi hanno cominciato a chiederle loro. Il cliente tipo? Qui passa di tutto, molte donne comunque».

Ma cosa spinge a giocare la Tris? Be', intanto c'è un effetto pubblicità. Avete presente gli spot in tv della dea bendata? Ecco, ce ne è uno anche sulla Tris. Lo slogan: la fortuna vien giocando, punta tutto sull'idea che è facile vincere. E infatti sullo schermo compare l'attrice Nancy Brilli, al telefono, che fa: «Pronto, ufficio dea bendataaaa... un altro? Ah, ma sta' Tris è uno stress! È troppo facile!». Racconta Alessandro D'Alatri, il regista dello spot: «La prima volta che sono entrato in una ricevitoria è stato quando ho dovuto fare lo spot. Una volta li ho deciso di puntare e ho dato la schedina da baciare a Nancy perché mi portasse fortuna. Devo dire che non ho vinto per un pelo. Poi però non ho più giocato».

Ma non c'è solo l'effetto pubblicità dietro la Tris. «Si gioca - spiega Donato Laurenti, direttore generale della SnaI, l'associazione che riunisce le agenzie ippiche, - per un bisogno psicologico. Noi prevediamo sempre in anticipo quando il gioco sale e quando scende. La crisi economica, per esempio, è un fattore importante. Quando la gente sa che sta per arrivare una stangata spende meno e gioca di più. Poi, quando la stangata arriva veramente, tutti si fanno i conti in tasca e il gioco cala. Fino a Natale dell'anno scorso, per intenderci, la gente temeva l'arrivo della Finanziaria e giocava a più non posso. Poi la Finanziaria è arrivata e si è gio-

