

Dossier sulla Grande Distribuzione in Sardegna

-Terra Brujada n.2 -

La grande distribuzione, come i mega appalti, pur creando un vuoto economico, si presentano come la soluzione al vuoto che loro stessi hanno creato: i nostri aguzzini sono anche i nostri salvatori.

Sembrano rappresentare ricchezza, opportunità, sviluppo.

In realtà la grande distribuzione con l'apertura di nuovi centri commerciali, così come i mega appalti, rappresentano i tasselli di un processo di impoverimento e smantellamento dell'economia locale.

Diventano la nostra unica risorsa economica, il nostro unico sbocco occupazionale, la nostra unica scelta. Ecco perché, dopo il dossier sul Piano Carceri, quello sulla Grande Distribuzione: capire la logica con cui lo Stato opera in Sardegna, trovarne le radici e interpretarne il disegno complessivo. Perché nessun carcere nasce per caso, nessuna fabbrica si chiude per fatalità, nessuna terra si colonizza senza una volontà.

Obiettivo: comprendere come una terra ricca di risorse, depositaria di una cultura capace di esprimere un'autonoma visione della comunità, del lavoro e del rapporto con la natura, sia arrivata a essere la terra delle nuove carceri, dei figli che emigrano o si arruolano, dei disoccupati.

Raccontare affinché si discuta, si prenda coscienza, si agisca. Per questo *Terra Brujada* spera di passare di mano in mano, di essere uno strumento che si prende, si affina e si utilizza. Per questo ogni critica, ogni contributo, ogni nuova mano che si aggiungerà a questo piccolo progetto sarà prezioso. Perché nessuna terra si svende. Men che meno la nostra.

NUOVI TEMPLI PER NUOVI DEI NUOVI TEMPLI PER NUOVI DEI

Se un tempo fertilità e abbondanza erano riferiti alla terra e al suo legame con l'uomo, oggi è il centro commerciale ad essere diventato il luogo della felicità e del benessere, reale o apparente che sia ciò non ha importanza. E così Tanit, dea del Mediterraneo giunta in Sardegna con le navi di Cartagine, che rappresentava fertilità, fortuna e amore, veste oggi i panni della Grande Distribuzione. Si chiama così, infatti, il nuovo parco commerciale che nato alle porte di Sassari. Un nome antico, quindi, per nuovi dei: quelli del commercio su vasta scala, della produzione industriale, dei gruppi internazionali.

Perché ogni città che si rispetti, ogni progresso che si ricerchi deve passare da qui, dalla grande distribuzione e dai marchi di prestigio che ogni buon consumatore desidera a portata di mano: Carrefour, colosso francese che stabilirà qui il suo 65° ipermercato italiano, il 3° in Sardegna con

una superficie di 6.000 mq; Unieuro con 3.200 mq; Decathlon che dà vita al suo primo punto vendita dell'Isola con 3.500 mq.

Ma come sempre, dietro le cifre da capogiro e i consueti entusiasmi per le nuove offerte date ai cittadini, ci sono progetti, interessi e, cosa che a noi più interessa, modi di pensare e costruire società.

Nelle parole di un rappresentante della Masema (agenzia immobiliare che ha gestito l'affitto degli spazi commerciali Tanit), Riccardo Gianino, troviamo quegli elementi utili a capire cosa significa la nascita di un nuovo centro commerciale sia sul piano locale, ma anche come spia di un più ampio progetto economico si sta imponendo nella nostra isola.

Gianino, a modo suo, ce lo spiega: "Il Parco commerciale si caratterizza per la potenza attrattiva delle ancore commercializzate oltre che per il posizionamento strategico della struttura, a brevissima distanza dal centro storico di Sassari. Questo permette un innegabile vantaggio rispetto alla concorrenza, posizionata lungo la stessa direttrice di marcia, ma circa a un chilometro e mezzo fuori città."

In poche parole: i grandi marchi internazionali attraggono la clientela, più di quanto evidentemente faccia una piccola attività in centro o un mercato comunale. Se prima, quindi, i centri commerciali avevano a loro svantaggio la distanza dal centro città, la nuova frontiera è quella della grande distribuzione a portata di mano, vicinissima al centro storico, tanto da sbarazzare ogni concorrenza: quella della piccola e media attività commerciale cittadina e quella degli altri ipermercati che risultano fuori mano.

Coscienti di questo notevole punto di forza, i gestori di Tanit non hanno avviato nessun confronto con le associazioni di categoria e con quanti, tra Sassari e Alghero, denunciano la lotta impari che si sta giocando tra grande distribuzione e attività commerciali locali.

Massimo Cadeddu (presidente di Confcommercio Alghero) teme una serrata di massa tra le piccole attività algheresi che non riusciranno a reggere il confronto con l'attrattiva esercitata da

Tanit: "Sarà una condanna a morte per tutte le piccole attività che hanno già pesantemente accusato il colpo inflitto dalla grande distribuzione".

Sullo stesso tono Alberto Cossu (presidente territoriale della Confcommercio) che denuncia come sia ormai difficile combattere la tendenza della grande distribuzione a dirottare i clienti dal centro alle aree della grande distribuzione.

Ciò che si sta delineando non è semplicemente un contrasto tra diversi interessi economici, quanto piuttosto un modello di sviluppo che sembra non esserci imposto, (perché si costruisce solo quando c'è l'assenso delle istituzioni), che sembra non impoverirci (perché ci offre nuovi mercati ed opportunità), in una parola che sembra essere semplicemente il naturale sviluppo del mercato.

Se, però, mettiamo a confronto i dati della grande distribuzione con quelli delle attività locali ed

endogene, se smascheriamo la retorica occupazionale, capiamo che la nascita di un'apparente dea dell'abbondanza come Tanit non è altro che un altro momento di smantellamento della nostra economia locale.

I FALSI MITI

-Grande Distribuzione significa ricchezza

Per i magnati che vi stanno dietro, sicuramente sì: il volume di affari della grande distribuzione in Sardegna è intorno ai 7 miliardi di euro, di cui solo il 30% rimane alla nostra terra, poiché 5 di quei 7 miliardi appartengono a gruppi che hanno sedi fiscali in Italia o all'estero.

Secondo i dati di fine 2010, l'unico settore a non essere in difficoltà è proprio quello della grande distribuzione con una crescita del 3,7% del fatturato, grazie soprattutto alle vendite di generi alimentari e prodotti di largo consumo confezionato. Nonostante, quindi, il fiorire di nuovi centri commerciali la domanda cresce, tanto che il primato detenuto dalla provincia di Sassari per rapporto tra superficie commerciale ed abitanti (172 m²/1000 abitanti) non ha scoraggiato i costruttori a realizzarne un altro. Un bel primato se si tiene conto che Cagliari si ferma a 121 m² /1000 abitanti, le città del centro Italia a 130 m² e il nord a 87m².

Per capire quanto il modello della grande distribuzione influisca sull'economia locale, facciamo riferimento a due settori, molto diversi tra loro e che per questo ci danno l'idea di quanto pervasivo sia l'influsso della grande distribuzione:

* Pastorizia: crescono i costi di produzione, cresce il prezzo finale pagato dal consumatore, mentre si abbassano i prezzi pagati al produttore. Il prezzo del latte, infatti, viene pagato al produttore a 60 centesimi al litro, il che significa che 1 chilo di formaggio vale 3 euro, salvo che il consumatore lo compra a 12-20 euro. Cioè il pastore e il consumatore ci perdono...e chi ci guadagna? E' la grande distribuzione che, nel passaggio da produttore a consumatore, decide le condizioni di pagamento e impone prezzi al ribasso. Il trasformatore si rivela l'anello debole della catena su cui si scaricano i costi di produzione, mentre le catene commerciali ci mangiano due volte: sugli allevatori e sui consumatori.

* Editoria: i centri commerciali sono diventati anche i templi dell'editoria a basso costo; si applicano sconti anche del 30-35% mettendo in ginocchio i piccoli librai che nulla possono poiché "i grandi magazzini pagano le sanzioni ma continuano nella loro politica commerciale".

La grande distribuzione, difatti, è anche questo: arroganza nel poter continuare la propria azione commerciale oltre ogni limite imposto.

Due settori diversi tra loro ma legati da una sorte comune: la lotta impari (se giocata sulle regole imposte dal mercato) contro la grande distribuzione che mostra il doppio volto: quello rassicurante

dei prodotti a basso costo e dell'enorme scelta d'acquisto, e quello rapace di chi poggia la propria fortuna sullo smantellamento della piccola economia.

-Grande distribuzione significa nuovi posti di lavoro

E' la retorica di sempre, quella che ritroviamo nelle parole del già citato Riccardo Gianino di Masema che "stima di creare, tra assunzioni dirette e indirette, circa 600/700 posti di lavoro e di avere una media annua di visite sui tre milioni di unità." Una bella opportunità, quella dei nuovi posti di lavoro, se si pensa che Sassari al 2010 deteneva il primato italiano di disoccupazione giovanile con il 54,3%. Eppure 600/700 posti a fronte dei 10.978 posti di lavoro persi in un solo anno nel comparto agricolo, 6.547 nel settore industriale, per non parlare di quelli derivanti dalla crisi del settore della pastorizia, sembrano ben poca cosa. Ma la retorica occupazionale non sta nel divario tra i posti di lavoro che si cancellano e le briciole che si elargiscano, ma nel fatto che quei 600/700 posti dietro il bancone del supermercato, dietro le casse o nei magazzini sono occupati dai giovani laureati che non possono accedere al mondo dell'insegnamento perché le scuole chiudono, dai giovani artigiani che chiudono bottega, da quanti abbandonano la scuola perché, tra i nostri primati, abbiamo anche quello della dispersione scolastica. Non solo. La retorica nasconde anche la beffa, perché se i posti nel campo agro-pastorale si perdono è anche perché lo strozzinaggio imposto dalla grande distribuzione non offre alternativa che lasciare i settori tradizionali e diventare operai salariati.

Non è una novità, in fondo, è semplicemente l'adeguamento a nuovi tempi del progetto economico dello Stato in Sardegna: se un tempo i pastori abbandonavano le campagne per diventare operai nelle cattedrali nel deserto o sul mare, come Ottana e Porto Torres, oggi, superato il modello della grande industria, si impone quella della grande distribuzione per diventare cassieri, magazzinieri, carrellisti e rimanere così al passo coi tempi. Questo è il progresso.

ASSEDIO ALLA CITTA'

All'inizio di questo dossier, avevamo indicato come esemplificativo della logica dei centri commerciali la citazione di Gianino di Masema che indicava il vantaggio di Tanit rispetto alle altre strutture per la sua locazione alle porte di Sassari. Parte della preoccupazione, sollevatasi anche dai banchi comunali, per l'apertura del centro era dettata proprio dalla vicinanza con il centro storico, da tempo succube di una crisi che progressivamente lo sta svuotando di ogni vitalità economica. La cosa ci interessa per due ragioni: da un lato mettere in luce le contraddizioni della retorica istituzionale che, soprattutto con l'ultima gestione politica, ha fatto della rivalutazione del centro storico il suo cavallo di battaglia; dall'altro comprendere come la grande distribuzione influisca direttamente sull'economia locale e sulla fisionomia dello tessuto cittadino. La crisi che attraversa il

centro storico di Sassari è evidente (nonostante gli studi più recenti risalgano al 2001 e non sono stati resi pubblici): basta passeggiare per le stradine per fare incetta di “vendesi o affittasi attività commerciale”, “chiusura attività” e così via.

La tendenza sembra generale se si pensa che nel 2009, nel territorio comunale di Sassari, i dati negativi riguardano agricoltura, commercio e manifattura: in agricoltura a fronte di 24 nuove attività iscritte se ne sono chiuse 49 (-25); nel commercio sono state 294 le attività cessate (-103); nel settore manifatturiero 61 le cessazioni a fronte di 16 nuove aperture (-45). Una tendenza che si è aggravata rispetto a quanto registrato negli anni scorsi, secondo quanto sostiene lo studio del Comune di Sassari.

Le piccole attività di produzione e commercio, quindi, chiudono battenti perché i cittadini sono attratti altrove: nei grandi centri commerciali, appunto.

Eppure in uno studio dell'assessorato all'urbanistica di Sassari (settembre 2008) si riconosce il “centro storico come bene culturale e bene economico che la società intende conservare e tramandare a quella futura in quanto manufatto complesso che rappresenta la storia di una società locale..un contro spazio positivo che stenta a trovare la capacità di costruire un ambiente propizio alla vita organizzata”.

Il centro storico, quindi, non è solo uno spazio architettonico da salvaguardare, ma anche un piccolo modello di “contro società” dove risiede la storia di una comunità fatta di relazioni umane, di contatto con lo spazio, di tradizioni, di piccola economia. Da qui la necessità di rivalutarlo, ma come? Il Comune ha portato avanti una politica fatta di “decoro urbano”, aiuole fiorite, maggiore luminosità, e in ultimo, anche un bando di finanziamento per l'apertura di nuove attività. Eppure quel parco commerciale alle porte di Sassari fa paura allo stesso sindaco Ganau che si augura “che il commercio in città non abbia contraccolpi e che gli sforzi non siano vanificati dall'ulteriore concorrenza della grande distribuzione”. La speranza sarà anche l'ultima a morire ma, visti i dati degli ultimi anni che mostrano una grande distribuzione in crescita contro la crisi di tutti gli altri settori, forse la speranza in questo caso può fare ben poco. Il problema difatti è alla radice e si chiama modello di sviluppo: se il modello di sviluppo della grande distribuzione non si può mettere in discussione, poiché, come dice Ganau “se il progetto è in regola, noi non possiamo opporci”, allora nessuna riqualificazione del centro storico ha senso. Valorizzare una parte del tessuto cittadino fuori da una più ampia concezione di sviluppo significa relegare la valorizzazione al puro dato estetico che, certo, può essere facilmente percepito dal cittadino e può dare una generale sensazione di miglioramento, ma non evita la chiusura delle piccole attività lo svuotarsi di quella “contro-società” che tanto si elogia negli elaborati tecnici.

Il problema, quindi, è che tipo di modello sociale e produttivo si vuole radicare: se quello della filiera corta, della piccola distribuzione basata sui prodotti locali o quella della grande distribuzione

fatta di prodotti esteri a basso costo e consumismo. La possibilità di scegliere tra questi due modelli produttivi, però, sembra di fatto non esserci, poiché il modello economico viene calato dall'alto e protetto dalle leggi di Stato e di mercato. Se le carte sono in regola, il centro commerciale si può costruire; se si accetta la libera concorrenza, i piccoli produttori dovranno intraprendere la loro lotta contro Golia.

Con l'unica eccezione che la realtà riserva meno sorprese del mito e il piccolo, quando è solo, stenta a vincere.

CONTRO GOLIA NON BASTA UNA PIETRA

Dietro ogni modello economico risiede una concezione di società.

Ecco perché la messa in discussione dell'economia tradizionale significa la messa in discussione di un modello di società. Nello specifico, la nostra. Guarderemo brevemente a un settore, quello dell'artigianato tipico e artistico 8/locale, per capire come sulla pelle degli artigiani e della loro attività si giochi una partita che sembra segnare le sorti della nostra isola.

Seconda la definizione tecnica, "l'artigianato tipico e artistico comprende le imprese artigiane le cui produzioni sono caratterizzate da una forte identità locale derivante dal fatto che le tecniche di produzione sono basate su conoscenze antiche e tramandate e rappresentano un'espressione artistica della cultura e del territorio".

Un settore produttivo, quindi, che esprime nei suoi manufatti l'identità di una comunità e la sua relazione con la natura e la storia. In uno studio curato dall'Associazione delle piccole e medie industrie della Sardegna (2005), il patrimonio artigianale è ritenuto potenzialmente un importante volano dell'economia locale, particolarmente appetibile per la domanda turistica. Tuttavia una serie di elementi blocca la crescita di questo settore, condannandola a una nicchia da cui è difficile uscire: polverizzazione delle imprese: piccolissime dimensioni, con impossibilità di curare gli aspetti commercializzazione, e carenza di apprendisti che porta a una conseguenza ancora più grave: venendo a mancare l'anello di trasmissione del sapere, il processo tende a non svilupparsi poiché italiani: gli artigiani sardi tendono a non rivolgersi al Confidi, cioè ai consorzi che si pongono come intermediari tra le banche e le imprese. Sembrerebbe, quindi, che gli artigiani sardi preferiscano contare sulle proprie forze, rivolgendosi il meno possibile agli istituti di credito se non in casi di necessità (che non sono pochi).

Come mai? Fino al 2003, i valori medi dei tassi convenzionati dalle banche alle imprese artigiane sarde erano superiori a quelli convenzionati alle altre regioni. "In altri termini, il costo che gli imprenditori artigiani sardi devono sostenere per ottenere finanziamenti risulta essere superiore a quello sostenuto dai colleghi di altre regioni. Da qui la scarsa propensione l'apprendista non è solo

colui che custodisce il sapere ma anche colui che lo rinnova, sviluppando in autonomia il patrimonio raccolto. I finanziamenti erogati nella stragrande maggioranza dei casi sono di sussistenza e orientati a riempire i vuoti economici dell'impresa, contribuendo così a perpetuare un sistema di mantenimento in vita di sopravvivenza.

-indebitamento: spesso gli artigiani sono costretti a far ricorso all'indebitamento con una differenza rispetto ai colleghi mostrata a rivolgersi ai Confidi per trovare soluzioni ai propri problemi finanziari”.

-dipendenza da mercati locali: le attività dipendono da un mercato limitato al territorio isolano o provinciale. Le cause, denunciate dagli stessi artigiani, sono da ritrovarsi nelle scarse dotazioni economiche, assenza di personale specializzato, inadeguatezza delle aree commerciali e inadeguata conoscenza dei mercati esterni.

-investimenti di sussistenza: nel 98% dei casi gli investimenti vanno verso risorse materiali, quali attrezzature e macchinari; pochi investono nella pubblicità, nell'organizzazione, nella formazione di risorse umane o certificazioni.

Ciò che abbiamo fatto in questo breve sguardo sull'artigianato non è stato altro che raccontare come si svuota lentamente, a colpi di “investimenti” economici, politici e retorici dello Stato, un'economia potenzialmente produttiva e indipendente, espressione di un popolo e della sua storia. Se generalizziamo i punti evidenziati sopra, ci accorgiamo che il processo di smantellamento della nostra economia e del suo modello sociale passa per delle tappe riscontrabili in tutti i settori tradizionali che vivono in un coma vegetativo fatto di dipendenza dalle briciole concesse dallo Stato.

1. Ridurre le aree di mercato e aprire la competizione con la grande distribuzione: i settori tradizionali non vengono eliminati o soppressi, ma semplicemente relegati a nicchie produttive rivolte al massimo al turista estivo; si rompe il legame tra manifattura e uso quotidiano, sclerotizzandolo nella forma dell'oggetto folkloristico. Per i beni alimentari si apre la competizione con le merci estere introdotte dalla grande distribuzione che sostituiscono quelle locali.

2. Rendere l'attività dipendente da elargizioni statali e in una perenne condizione di crisi: il finanziamento statale non aumenta le possibilità di sviluppo, ma solo la sopravvivenza delle attività. E' quanto avvenne alla fine degli anni '50, quando gli agricoltori da coltivatori diretti divennero salariati agricoli, da produttori a manovali. Lo strumento fu quello del contributo pubblico che spinse gli agricoltori ad abbandonare le culture non considerate produttive rispetto alle necessità stabilite oltre mare, ma soprattutto portò gli antichi protagonisti del ciclo produttivo a vestire i panni di una semplice comparsa.

3. Rottura della catena di trasmissione del sapere: il lavoro non è più appetibile per le nuove generazioni che si allontanano dai settori produttivi tradizionali, portando così a una lente e

inesorabile morte del settore, prima dipendente, poi improduttivo, infine vuoto simulacro.

4. Discorso retorico a supporto del processo di smantellamento: nel corso degli anni si sono affermati due discorsi di mascheramento del processo di smantellamento dell'economia tradizionale. Nel passato, era l'inadeguatezza del processo produttivo tradizionale ad essere denunciato quale ostacolo al progresso. Il Piano di Rinascita sancisce l'uso di questa retorica che presenta il modello industriale come l'avvento del progresso contro il vecchio rappresentato dalla pastorizia.

Tempi moderni hanno portato lo Stato ad aggiornare la propria retorica e a farsi portatrice di un discorso che rivendica la necessità di mantenere in vita la nostra cultura e i suoi settori tradizionali, quali beni da conservare e tenere in vetrina, al massimo ad uso e consumo del turista. Si rivalutano, quindi, i settori tradizionali ma non si pongono come portanti della nostra economia, poiché ciò costringerebbe a ripensare tutta la società. I settori tradizionali, infatti, sono portatori anche di una diversa concezione del modello sociale, come bene esprime un pastore: "dietro la pecora in Sardegna c'è un'economia diffusa. Un'economia democratica: ben distribuita su tutto il territorio e che vive in armonia con l'ambiente". La pastorizia, così come l'artigianato, rompono la concezione parcellizzata del tempo e dipendente da programmi aziendali definiti da altri, basandosi su una concezione autonoma in cui è il lavoratore a gestirlo.

5. Monocultura ed economia di dipendenza: alla diversificazione produttiva propria dell'isola, si impone una monocultura. Se negli anni '60 si adoperarono le grandi industrie per mettere in ginocchio l'economia isolana (e mentre si pianificava la morte dell'economia locale si pubblicizzava la grande industria come la soluzione al vuoto che si stava creando), oggi entra di prepotenza anche la grande distribuzione, i grandi centri commerciali, le grandi marche estere e italiane.

Diventano la nostra unica risorsa economica, il nostro unico sbocco occupazionale, la nostra unica scelta.

La grande distribuzione, come mega appalti (dal G8, all'eolico, fino alle nuove carceri), basati su una logica del lavoro verticale e capitalista sono gli strumenti principali con cui si sta svuotando la concezione sarda, locale, endogena della società. Questi strumenti sono tanto più difficili da smascherare perché di fatto, pur creando un vuoto economico, si presentano come la soluzione a quel vuoto che loro stessi hanno creato: i nostri aguzzini sono anche i nostri salvatori.