

L'ECONOMIA

06901 06901
**L'Italia impoverita
si rifugia nei discount**

PAOLO GRISERI

Estrae dalla busta una confezione di polpa di mela e spiega: «Sa perché vengo qui? Perché questa confezione da due vasetti costa 65 centesimi. Al Pam un solo vasetto lo pago 60. Qui, su alcuni prodotti, spendo la metà. Ho una malattia all'esofago. Il medico mi ha detto

che la polpa di mela è l'unica che posso mangiare». Torino, discount "Di Più" di Mirafiori Sud, a poche centinaia di metri dalla Fiat. Giada, 47 anni: «Faccio le pulizie a Unieuro e in un discount a Chivasso». Però fa la spesa qui: non vuole che i suoi datori di lavoro sappiano che è costretta a risparmiare. - PAGINE 2 E 3



IL REPORTAGE

Marchi sconosciuti, prezzi stracciati Tutti in fila per i prodotti "no logo"

Fra i clienti anche persone non povere: "I supermarket normali ormai sono cari"

PAOLO GRISERI

Sugli scaffali si va dai pelati "Verde oro" alle confezioni di tonno "Rosa D'Amore" Due soli tabù "Qui non proverei mai a comprare il pan e la carne"

Estrae trionfante dalla busta una confezione di polpa di mela e spiega: «Vuol sapere perché vengo qui? Perché questa confezione da due vasetti costa 65 centesimi. Al Pam un solo vasetto lo pago 60 centesimi. Qui su alcuni prodotti spendo la metà. Ho una malattia all'esofago. Il medico mi ha detto che la polpa di mela è l'unica che posso mangiare». Via Melchiorre Voli, discount "Di Più" di Mirafiori Sud, a poche centinaia di metri dalla Fiat. Giada, 47 anni, lavora nei servizi: «Faccio le pulizie a Unieuro e in un discount a Chivasso. Sono una lavoratrice part-time». Scusi la domanda indiscreta: perché se fa le pulizie in un discount dall'altra parte della città, viene a fare la spesa qui? «Perché non mi piace che i titolari del discount di Chivasso vedano quel che compero e magari pensino che cerco di risparmiare. Anche a Unieuro non compero nulla. Vado da un'altra parte». Si vergogna?

«Diciamo che non mi piace farlo sapere in giro».

Come cantava Gaber, l'importante è far finta di essere sani. Nella capitale italiana del calvinismo la povertà va nascosta, è indice di insuccesso, meglio non farlo sapere in giro. Il popolo dei discount è un gruppo disomogeneo: c'è chi viene perché non potrebbe andare in altri supermercati, troppo cari, e chi invece lo fa perché «su alcuni prodotti è conveniente». I più mischiano: un po' discount e un po' Carrefour, a seconda di quanto è importante per ciascuno la qualità dei prodotti.

La vera differenza sono gli scaffali "no logo". Esposti nel cartone degli scatoloni originali occhieggiano prodotti dai marchi sconosciuti, se non ai frequentatori assidui di questi particolari supermercati del popolo. L'olio "Terre sapienti", il sugo "Tenuta del cervo", il tonno "Rosa D'Amore", i pelati "Verde oro". C'è la pasticceria confezionata che occhieggia nemmeno troppo di nascosto al

"Mulino bianco" di Barilla: ma sulla confezione c'è scritto "Le buone novelle" e il disegno del mulino è solo una lontana imitazione dell'originale. Come accadeva negli anni Settanta quando si vendevano a basso costo le magliette con il cocodrillo che aveva la coda girata al contrario.

«C'è poco da scherzarci su», ammonisce la signora Bruna, 68 anni, una vita in un ufficio amministrativo prima di diventare cliente dell'Inps: «Ho una pensione buona, insieme a quella di mio marito, che ha sette anni più di me ed è ormai un "veterano" dell'assegno di vecchiaia. Non posso lamentarmi. Ma lei sa quante persone sono state aiutate dai discount? Ne co-



Superficie 54 %

nosco tanti che senza questi negozi non saprebbero dove andare a comperare perché anche i mercati ormai sono diventati cari». Sono questi i clienti che comperano i bastoncini di merluzzo "Gioia di mare", una confezione non troppo diversa da quella del noto Capitano, quindici pezzi per tre euro. O gli affezionati della pasta Cerati, venduta in sacchi da 5 chili per le famiglie numerose.

I più si pongono dei limiti. Il più diffuso è quello sulla carne, un vero e proprio tabù per molti: «Ci sono tante cose buone ma la carne non la prendo qui», dice Giuliana, 64 anni, pensionata, già impiegata in un'agenzia di viaggio. Arriva con il marito Giuseppe, pensionato anche lui, ex collaudatore della Fiat. Nella ex barriera operaia le tute blu di un tempo sono diventate teste grige, praticamente senza ricambio generazionale. Giuliana e Giu-

seppe non si lamentano della loro pensione ma confessano: «La carne rossa la mangiamo poco, diciamo una volta ogni quindici giorni». Come mai? «Sa, è un po' pesante da digerire». E dove la comperate?: «Vado a prenderla al mio paese, a Saluzzo. Conosco il macellaio da tanti anni», dice Giuseppe. Perché siete qui allora?: «Siamo venuti a comperare una confezione da 250 grammi di agnolotti. Costano un euro, un terzo del prezzo che si trova al Pam. E sono buoni».

Più delle risposte, conta quel che i clienti non dicono, che si intravede tra le righe. Le più esplicite sono Patti e Anto, bancaria in pensione la prima, impiegata della Fiat ancora al lavoro la seconda: «Non si dice più Fiat - precisa - adesso si deve dire Stellantis. Perché siamo qui? È molto semplice: i prezzi dei supermercati normali sono diventati inviccinabili anche

per noi che non siamo tra quelli con il reddito più basso. Anzi, anche in questo discount i prezzi sono aumentati nell'ultimo periodo».

La piccola statistica di questo grigio pomeriggio torinese è che il discount serve per acquistare tutto tranne per due prodotti che sono ancora tabù nonostante i pochi soldi di molte famiglie: «Io la carne e il pane non li compererei mai qui», dice Maria Carmen, pensionata da due anni. Perché non lo farebbe? «Perché il pane è importante e lo compero da decenni dalla mia panettiera. La carne non ne parliamo. Glielo confesso, non ho mai neppure provato. Troppo rischioso. Al massimo compero i petti di pollo e gli affettati, quelli sì, sono buoni. Ma la carne rossa al discount, beh, glielo dico chiaro, è davvero un po' troppo».—

© RIPRODUZIONE RISERVATA

