

La pubblicità martella i cittadini della ex-Rdt. I consumi s'indirizzano sui prodotti occidentali

La grande distribuzione esclude ciò che viene da est. E l'industria dell'ovest ha soffocato la concorrenza

I Lander orientali dominati dal «Made in West Germany»

«Comprate questo, o quest'altro», naturalmente «made in West Germany». La pubblicità martella ad est, invita, obbliga i tedeschi dell'ex-Rdt ad un ingenuo consumismo. I consumi nei Lander orientali si sono indirizzati esclusivamente sui prodotti occidentali. L'industria occidentale chiude e assorbe quella orientale. In tanti sognano un rapido arricchimento. E c'è chi ne approfitta.

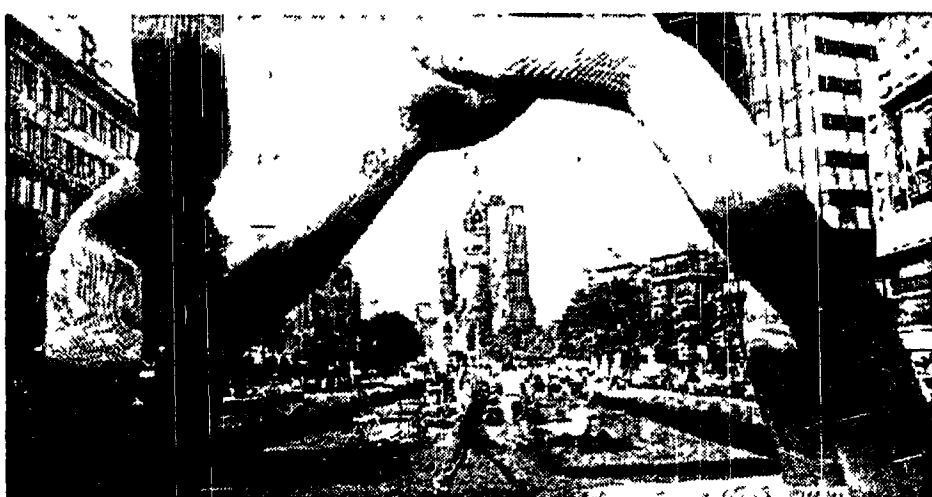
DAL NOSTRO CORRISPONDENTE PAOLO SOLDINI

BERLINO. Sabato sera in un cinema di Friedrichshain, a Berlino est, o per meglio dire nella parte orientale di Berlino. Prima del film, nella piccola (e un po' squallida) sala si celebra il rito della pubblicità. A un certo punto lo schermo si acciolla, sullo schermo si comparsa un tizio con la faccia simpatica e onesta, al banco di una piccola officina. Dice che i tempi sono cambiati (e già), che ora metterai in proprio vale davvero la pena, che, insomma, lui ci ha le sue soddisfazioni. Ma attenzione - fa la faccia simpatica - per cominciare ci vuole un piccolo capitale, e me, per esempio, servivano 20 mila marchi. Ora tacciono anche i ragazzi seduti nelle prime file. La sala, è evidente, si immedesima: e chi glieli ha dati, a questo lì, 20 mila marchi? Una banca, il Comune, il Land, l'associazione degli industriali, il governo di Bonn, la Treuhand? Macché. La faccia simpatica si dissolve e compare un gigantesco pacchetto di Pall Mall: per aiutare i giovani imprenditori nei nuovi Lander della Repubblica federale, per

to di quartiere popolare dell'est. Dove, c'è da dire, di fronte alla parabola dell'artigiano salvato dalle sigarette qualche liberatorio schiamazzo si leva, almeno dai ragazzi delle prime file. Eppure i pubblicitari della «Pall Mall Deutschland» l'hanno pensata fino a che cosa far leva per vendere le «bionde» all'est se non sul problema più diffuso, sull'assillo più comune, sul dato che è più immediatamente presente alla coscienza della gente? Perché non dare al popolo scontento l'illusione che nell'economia di mercato si può entrare anche dalla porta giusta, con una «bionda» in bocca e 50 mila marchi in tasca, senza inciampare, come succede sempre, su tutti i suoi maledetti rovesci della medaglia? È volgare, è un po' truffaldino questo gioco con i guai d'un popolo per vendergli sigarette? Forse, ma meno comunque di quello di chi ci ha giocato per vendergli un cancelliere. Vendendo fumo si è unificata la Germania, perché la Pall Mall non dovrebbe essere della partita? La pubblicità, d'altronde, è una chiave di lettura utilissima per chi voglia farsi un'idea dell'approdo provvisorio, in questa difficile primavera, della grande mutazione tedesca. All'est, per esempio, batte ossessivamente su un punto: comprare questo, o quell'altro, che piace tanto all'ovest. Funziona, il messaggio? Chissà. Certo che nei mesi scorsi ha funzionato. Da quando la Germania è una sola, o meglio da quan-

do la Germania ha una sola moneta, i consumi nei Lander orientali si sono indirizzati esclusivamente sui prodotti occidentali una frenesia di omologazione psicologicamente anche comprensibile ma economicamente disastrosa. Dai negozi dell'ex Rdt è scomparsa la birra orientale (che era sicuramente migliore delle birre occidentali e che non a caso oggi viene servita nei buoni locali dell'ovest), si trova solo latte «made in West Germany», senz'altro meno fresco di quello prodotto a due passi, perfino lo yoghurt e due vacche, i cavoli e le cipolle vengono dall'«aldilà». Qualche tempo fa un gruppo di giovani ha aperto un negozio di soli prodotti orientali a Kreuzberg, il quartiere «alternativo» di Berlino ovest. La cosa funziona, ma solo perché la gente ci va come andrebbe in un negozio cinese per comprare roba «solida».

Problemi di distribuzione e di mercato, certo, misteri macroeconomici che trascendono le volontà e i gusti dei consumatori. Ma anche scelte compiute dai singoli, scaturite da un sistema che non fa, o almeno non ha avuto, alcuno scrupolo a considerare il nuovo pezzo di Germania con i suoi abitanti solo una provvidenziale appendice regalata a un mercato prossimo a toccare i limiti dell'espansione. Sarebbe allora in onda una bella tv e andata in onda una alla volta al direttore di una grande catena di distribuzione. L'intervistatore voleva



Immagini di Berlino dove i miti consumistici dell'ovest si scontrano con la povertà crescente dell'Est



concorrenti nella «vecchia» Repubblica federale. D'altronde, è sempre molto difficile cercare le spiegazioni di certi comportamenti collettivi, e distribuire colpe e responsabilità. L'integrazione tra due sistemi così irrimediabilmente diversi è stata troppo rapida per non produrre squilibri fenomenali non solo sul piano della «società» ma anche al li-

che i cittadini dell'est hanno, in generale, verso il denaro in sé. L'unificazione monetaria, per il modo in cui avvenne, provocò giganteschi fenomeni di speculazione, una «speculazione da poveri» certo almeno per la massa ma altrettanto incline a considerare l'arricchimento prima con le manovre su cambi e poi con il «regalo» del cambio 1:1, come un gioco puramente monetario. E un'attitudine che in qualche modo è restata, nonostante le disillusioni che sono seguite al momento magico dell'uscita dal paradiso del «marco buono», anzi probabilmente proprio a causa di quelle disillusioni. In nessuna parte della Germania quanto nei Lander orientali si gioca tanto al lotto e hanno fortuna le più improbabili lotterie. Né esiste una così diffusa ingenuità nei confronti degli «affari» offerti da truffatori senza scrupoli. C'è chi propone con l'annuncio su un giornale «un anello d'oro con otto splendidi diamanti per 69 marchi (poco più di 50 mila lire)», chi invia per posta annunci di fantasmagoriche vincite purché ci si sobbarchi la spesa di 89 marchi per due gacche di «vero cuoio». C'è chi promette «redditi garantiti» da tremila marchi al mese se ci si fa recapitare, per 30 marchi, una lista fotocopiata di indirizzi di esportatori italiani di auto o si compra, per 80 marchi, un campionario di tessuti «facilmente smerciabili». La polizia dell'est è preoccupata per il dilagare di questi fenomeni, ma

anche impotente - come ammette la dirigente del Kriminallamt comune dei cinque Lander orientali Birgit Gnepp - perché le «offerte» il più delle volte sono perfettamente legalizzate, e d'altronde «dopo anni di abitudine ai prezzi fissi e alla scarsità delle merci», i cittadini della ex Rdt hanno sviluppato la mentalità di «afferrare al volo» le occasioni che si presentano. Gli uffici di consulenza per i consumatori, messi in piedi in tutta fretta e con personale senza esperienza, senza fondi e senza appoggi, non possono fare più di tanto. Fenomeni normali, dice qualcuno in una società che tanto rapidamente si è vista spalancare la porta sul mondo dei consumi. Negli anni del miracolo economico, nella Germania ovest, succedeva anche di peggio, come in Italia, in Inghilterra o in America. Sarà, ma qui tutto sembra più complicato. Qui la porta del benessere si è aperta, ma a differenza di quanto è successo all'ovest tanti anni fa, son pochi, troppo pochi quelli che hanno potuto, finora, varcare la soglia. Con un reddito di 7-800 marchi al mese, con il sussidio di disoccupazione o un salario incerto, l'altra Germania può ancora sembrare lontana come quando c'era il muro: mangiare lo stesso yoghurt, fumare le stesse sigarette, vedere la stessa televisione e leggere gli stessi giornali non aiuta molto se non si condividono le stesse certezze, e le speranze stanno morendo.



Scontri tra polizia e dimostranti nazionalisti alla grande manifestazione di tre mesi fa

«Porteremo la gente in piazza». Manovre dell'aviazione In Serbia nuova sfida dei nazionalisti a Milosevic

Vuk Draskovic, il leader nazionalista della Serbia, sfida Slobodan Milosevic con la minaccia di una nuova grande manifestazione a Belgrado per il 9 giugno, a tre mesi esatti dagli scontri nella capitale. Le forze armate assumono il controllo della strada che da Knin porta a Spalato. Oggi e domani manovre dell'aviazione militare in Slovenia e Croazia. A Manbor manifestazione di piazza e raccolta di firme contro l'armata.

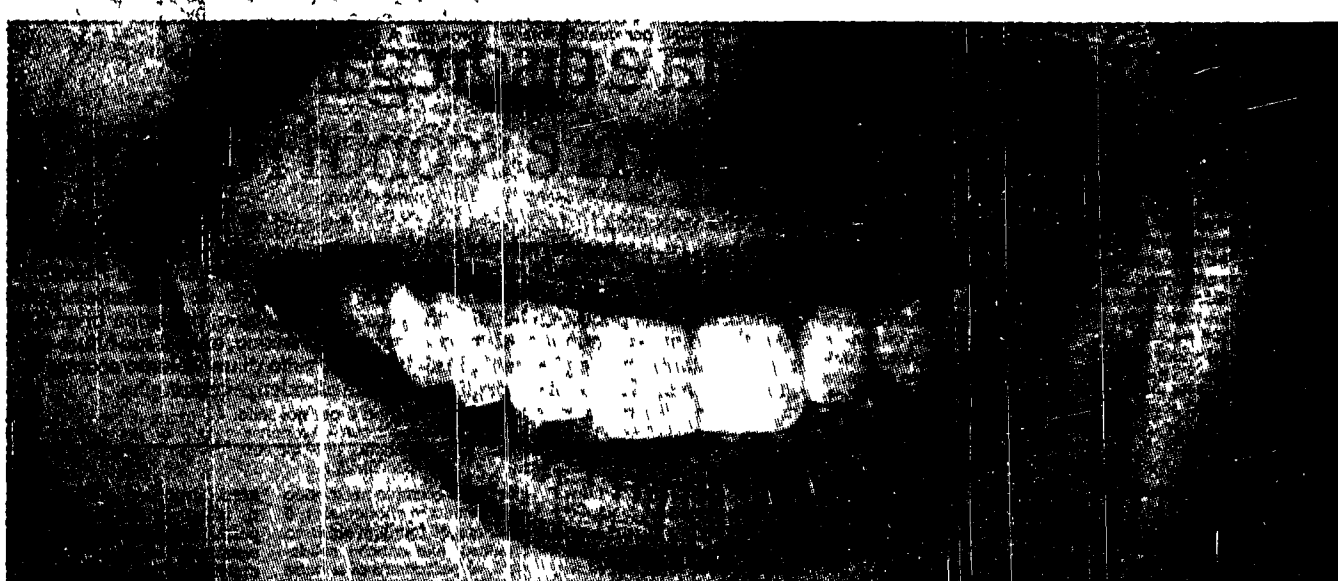
DAL NOSTRO INVIATO GIUSEPPE MUSLIN

LUEJANA. L'estrema destra nazionalista serba torna nuovamente in campo. Vuk Draskovic, il pugnacce antagonista di Slobodan Milosevic, lancia una nuova sfida al governo della repubblica il 9 giugno saremo a centinaia di migliaia - ha affermato Draskovic - nel cuore della capitale. Sarà una manifestazione di massa ancora più grande di quella del 9 marzo scorso. Il leader nazionalista ha colto l'occasione dell'inaugurazione di un monumento di re Pietro a Indija, nella Serbia, per galvanizzare i suoi seguaci e soprattutto per avvertire Belgrado che le ostilità stanno per ricominciare. Ha scelto la data del 9 giugno per ricordare quel 9 marzo scorso quando centinaia di belgradesi sono scesi in piazza della repubblica, nel cuore della città per protestare contro la televisione di Belgrado, accusata di essere al servizio del governo. In quell'occasione, come si ricorderà, ci so-

no stati violentissimi scontri con la polizia culminati con la morte di un giovane dimostrante e di un poliziotto, tanto che sono intervenuti i carri armati dell'esercito. Il 9 giugno peraltro è anche la data entro la quale l'armata popolare si è impegnata, come da ordine della presidenza federale, a sciogliere le milizie illegali e assicurare la consegna delle armi agli arsenali dell'esercito. E proprio ieri la cronaca registra un primo positivo risultato: il villaggio croato di Kijevo è stato liberato dall'assedio dei serbi della Krajina, assicurando in tal modo la libera circolazione lungo la strada che porta a Spalato, lì ora interrotta da posti di blocchi delle varie milizie serbe e croate. Da segnalare, inoltre, che il comando della quinta regione militare che comprende Slovenia, Croazia e parte della Bosnia ha fatto sapere che oggi e domani sono previste manovre dell'aviazione militare.

Dubcek «Un errore non aiutare Gorbaciov»

VENEZIA. «Abbiamo voluto abbattere la cortina di ferro con i paesi occidentali, ma sarebbe un enorme errore se si pensasse di spolarla soltanto un po' più a est, ai confini con l'Urss, anche l'Unione Sovietica fa parte, infatti, dell'Europa e perciò deve rientrare nell'opera di integrazione europea». Lo ha detto ieri a Venezia il presidente del parlamento cecoslovacco, Alexander Dubcek, in visita alla città. «Esistono tendenze molto forti perché questa integrazione allargata all'Urss non avvenga e ciò non farebbe che favorire i sostenitori sovietici della militarizzazione e dell'isolamento. Si devono invece appoggiare in tutti i modi i passi verso la democratizzazione in questo paese». Dubcek ha concluso sull'argomento con un invito rivolto ai paesi occidentali. «Se qualcuno mi chiedesse se si deve «entrare a Troia, risponderei senza esitazioni di sì». Sulle tensioni nazionalistiche presenti in cecoslovacchia, il leader della «primavera di Praga» ha dichiarato che non si può parlare di vero conflitto tra cechi e slovacchi, bensì di estremismi nazionalistici che fanno chiasso ma che non sono certo rappresentativi della volontà del popolo. «Andremo comunque avanti - ha continuato - nell'opera di decentramento dei poteri esecutivi, interrotta bruscamente dalla centralizzazione imposta dal regime filosovietico dopo il 1969, lasciando allo stato la gestione di politica estera, finanze e forze armate». Il presidente cecoslovacco ha infine analizzato la delicata crisi jugoslava. «Penso - ha detto - che una stabilità della Jugoslavia possa essere conservata, purché contribuirebbe non poco alla stabilità politica europea». Per questo che i paesi europei occidentali non sono indifferenti all'evoluzione della situazione in questo paese. Mi sembra d'altra parte assurdo che si vada verso una disintegrazione della Jugoslavia, mentre nel contempo si procede in Europa verso l'integrazione».



BLANX® È IN GRADO DI REINTEGRARE IL BIANCO ORIGINALE DEI DENTI. LA PRESENZA DI ODONTOBLANKINA®, PRINCIPIO ATTIVO DERIVATO DA LICENI ARTICOLI, ELIMINA LA POSSIBILITÀ DI ROVINARE O GRAFFIARE LO SMALTO. BLANX® CONTIENE L'ODONTOBLANKINA® E MONODIO. L'AZIONE COMBINATA DI QUESTI DUE ELEMENTI RAFFORZA LA SUPERFICIE DELLO SMALTO, FACILITA LA RIMOZIONE DELLA PLACCA E PREVIENE LA FORMAZIONE DI CARIE E TARTARO. BLANX® SOSTITUISCE I NORMALI DENTIFRICI E COLLUTORI.

BLANX®
DENTI BIANCHI SUBITO
IN MODO NATURALE

BLANX®
IL PRIMO DENTIFRICO COSMETICO PROTETTIVO