

Il Caso

Addio «Sali e tabacchi»
E il monopolio finisce in fumo

ENRICO MENDUNI



LA FINE del Monopolio di Stato dei tabacchi sembra, e probabilmente è, un fatto di scarsa importanza in un momento in cui il centro della discussione è la privatizzazione della Stet (quarantamila miliardi di fatturato), o dell'Enel, o della Rai. Da lungo tempo ormai gli italiani che fumano scelgono sigarette nazionali o estere esclusivamente in base ai loro gusti, incuranti del fatto che quelle straniere siano distribuite, e spesso prodotte, a cura del Monopolio di Stato; in molte regioni del paese il contrabbando di sigarette è un'illealtà diffusa, che peraltro viene largamente accettata, quasi un rimedio alla mancanza di lavoro. Gli stessi venditori del contrabbando periodicamente chiedono di essere assunti dallo Stato, come se fossero disoccupati organizzati.

Finisce in sordina una forma della presenza dello Stato che fu fra le più capillari. Le insegne ovali di metallo verniciato con la scritta «Sali e tabacchi» portavano le insegne dello Stato nei paesi più sperduti, ancor più che le scuole elementari e le stazioni dei Carabinieri. Erano insegne autorevoli; il Regno d'Italia le volle con la corona e la croce di Savoia su fondo scuro (ne sopravvive una, appena ritoccata, nello spaccio di Montecitorio); la Repubblica si è accontentata del suo prosaico stemma: stella, ruota dentata e, cosa da non crederci, «fronde intrecciate di quercia e di ulivo». Negli anni della malaria si vendeva anche un prodotto farmaceutico, anch'esso oggetto di monopolio, il «chinino di Stato»: qualche insegna in campagna ancora lo ricorda.

L'idea di far quattrini sui vizi dei sudditi non era nuova. A parte la «tolleranza» e le case relative, che avevano forti motivazioni sanitarie e di ordine pubblico, il fumo per il suo carattere voluttuario apparve facile da tassare. I sigilli sui pacchetti di sigarette «regolari» sono le ultime tracce di un'antica vessazione; i milanesi, quando nel 1848 volevano essere italiani a tutti i costi effettuarono lo «sciopero del fumo» per colpire l'amministrazione austriaca, evidentemente poco preveggenti su chi li avrebbe amministrati dopo. Mettiamoci però nei panni dell'imperial-regio governo: in un'epoca di bassi consumi era assai difficile trovare generi sicuramente non essenziali che era possibile tassare senza apparire troppo impopolari. Ancora oggi c'è un'imposta sugli alcolici (anche qui, si vedono i sigilli sulle bottiglie del cognac o del whisky) che però risparmia il vino, considerato un cibo primario (e lo era) e, forse, una specie di «metadono di Stato» per ceti popolari un po' troppo rivoltosi. Il governo sabauda, del resto, non guardava per il sottile:

tassava anche il macinato, cioè la farina, inviando se del caso i Reali Carabinieri a reprimere i moti che periodicamente scoppiavano. Ma il controllo sul fumo era più persuasivo. I prodotti del Monopolio (sigari, sigarette, tabacco da pipa e anche da fiuto, che ho visto ancora qualche anno fa e non so se ancora fabbricato) erano prodotti da apposite fabbriche di Stato, le «manifatture tabacchi». Erano (e sono) l'unica industria «leggera» di uno Stato imprenditore che impiantava e gestiva complessi impianti siderurgici e miniere di ferro e carbone, fabbriche di rotaie e di cannoni, arsenali navali e militari; tutte cose indispensabili ad essere grande potenza e che non sarebbero mai nate senza un diretto impulso del governo. Che faceva sentire la sua presenza a Piombino, Terni, La Spezia, Taranto; nelle zolfatare siciliane, nelle saline pugliesi e nelle magre miniere carbonifere del Sulcis; nelle officine ferroviarie di Foligno o di Verona. Le manifatture dei tabacchi impiegavano soprattutto donne, le «sigaraie», celebri a sinistra per la loro grinta sindacale e oggetto, a destra, di interessate fantasie sulla loro libertà sessuale. Il sigaro toscano, forse il più solido prodotto del Monopolio italiano, era arrotolato, si mormorava, dentro una foglia umida di tabacco sulla coscia della «sigaraia». Sarà che il sigaro era un prodotto esclusivamente maschile, quasi un emblema della mascolinità tornata in auge negli anni '80 insieme al gessato e alla brillantina; storie simili, peraltro, ho sentite sulle sigaraie di Cuba: quasi una leggenda metropolitana.

Quante tonnellate di tabacco siano state «mandate in fumo» dal Monopolio dei Tabacchi in tanti anni della sua vita non saprei dire. Certo che gli uomini fumavano quasi tutti (non le donne): una nube azzurrina avvolgeva i luoghi di spettacolo, gli scompartimenti dei treni, le osterie e le discussioni politiche. Le marche straniere, che già allora il Monopolio forniva, parlavano di luoghi lontani, come la Macedonia, l'Egitto, la Virginia. Per i più poveri c'erano le nazionali, semplice «esportazione», non si sa bene verso quali lidi. Le marche erano un corollario di una rigida divisione in classi sociali, ciascuna con poteri di acquisto diversi. Anche in questo caso il dopoguerra è stata la scoperta dell'America, con le «americane» sciolte o a pacchetti». Queste sigarette lanciate dalle camionette degli alleati liberatori erano molto più che collanine per gli indigeni, erano i simboli di quello che avremmo consumato dopo, con la libertà e/o il benessere: ma parlò solo per quelli, non moltissimi, che hanno avuto almeno l'una o l'altra cosa.

L'Inchiesta

Nelle officine-caveau
dove da più di settant'anni
si producono
i gioielli di ArezzoDALL'INVIATO
WALTER DONDI

AREZZO. Per entrare bisogna passare sotto l'occhio implacabile di una telecamera a circuito chiuso e superare una doppia porta blindata comandata solo dall'interno. Non si tratta dei caveau di banche, ma di fabbriche. Certo un po' particolari perché qui si lavora l'oro, a chili, anzi a tonnellate. E allora le precauzioni non sono mai troppe. Ma una volta dentro non aspettatevi scenari da mille e una notte. L'oro è pur sempre un metallo e per lavorarlo servono il fuoco, le trafilie, le presse e così via. Dunque le «fabbriche dell'oro» sono, sia pure in dimensioni più ridotte, delle officine, metà siderurgiche e metà meccaniche. Con un'avvertenza: qui la differenza la fa ancora l'uomo, la sua abilità creativa e manuale. E in ultima analisi è propria questa che ha consentito agli orafi aretini di conquistare in pochi decenni un posto di tutto rispetto nel mercato mondiale di catene, bracciali, orecchini, cinturini d'oro orologio.

Questa storia comincia oltre settanta anni fa, nel '26, quando due amici, Carlo Zucchi e Leopoldo Gori, aprono in pieno centro ad Arezzo, la prima bottega per la lavorazione dei metalli preziosi. È così che nasce la «Uno A Erre» (uno, in quanto fu la prima a chiedere il marchio di identificazione dallo Stato), ancor oggi la più grande azienda orafa del mondo: ha 600 dipendenti, ma negli anni Sessanta arrivò a contare fino a 1300. È considerata la vera e propria «mamma» dell'industria orafa aretina. E con qualche ragione perché nel corso dei decenni dalle sue officine sono usciti a centinaia per mettersi in proprio, diventando imprenditori, artigiani, contoterzisti. Come in tanti altri centri, la «gemmazione» e l'imitazione sono all'origine del distretto orafa aretino.

Oggi ad Arezzo e provincia si contano 1.300 ditte che lavorano l'oro, con circa 10 mila addetti; nel '95 hanno mandato all'estero prodotti per quasi 2.600 miliardi. Un boom relativamente recente se si pensa che ancora nel '71 di imprese orafe se ne contavano 139 con 3 mila addetti. Gli anni del benessere allargano il mercato dei preziosi, così chi ha imparato il mestiere alla «Uno A Erre» è invogliato a mettere su l'azienda. Non servono grandi capitali, anche perché le banche danno l'oro in «conto lavorazione», come se fosse un conto corrente. I prodotti da fare sono relativamente semplici, soprattutto catene, che è la specialità di Arezzo. Così, è sufficiente un po' di spirito di iniziativa e tanta voglia di lavorare per riuscire.

«Ma oggi tutto questo non basta più», riconosce Antonio Zucchi, erede del fondatore della grande azienda e a capo della locale Associazione industriali. La competizione si è fatta molto più dura e si gioca ormai a livello mondiale. «Bisogna

Nel '26 la «Uno A Erre» depositò il primo marchio per un'azienda orafa. Da allora per «germinazione» sono nate 1300 nuove ditte. La necessità di riorganizzare le esportazioni

Nonostante il peso che la tecnologia comincia ad avere nel settore contano molto i bravi operai che le aziende si contendono a peso d'oro

Città
d'oro

alzare la qualità, anche a scapito della quantità» dice Zucchi. E spiega che bisogna consolidare il settore a «livelli imprenditoriali più elevati». L'orafa, rappresentando praticamente la metà dell'economia locale, in caso di crisi metterebbe «a rischio l'intera provincia». Sulla qualità e soprattutto sulla capacità di proporre «un'immagine unitaria del prodotto orafa aretino» e quindi sulla necessità di dare «strutture e servizi di supporto alle imprese» insiste Franco Fani, direttore del Centro Affari, che tra l'altro organizza l'annuale fiera «Oroarezzo».

Organizzare meglio la presenza delle imprese all'estero è un'esigenza avvertita in modo generalizzato, anche se prevale ancora una logica individualistica, per cui le imprese sono in gran parte dipendenti dai «grossisti» che poi rivendono al dettaglio. Negli ultimi anni tuttavia gli orafi aretini sono stati capaci di orientare la produzione verso i mercati esteri. Una necessità imposta anche da un mercato interno fermo dall'inizio degli anni Novanta. Anche perché si sono di molto ristretti i margini di manovra sul «nero» e il cosiddetto «mercato parallelo» dell'oro non rende più come un tempo ed è diventato molto rischioso.

Insomma, la via dell'export è stata obbligata per gli orafi aretini. «Determinando però una competizione fortissima fra le aziende. Che peraltro hanno visto mutate anche le condizioni di partenza perché le banche non concedono più

l'oro in conto lavorazione, ma devono avere il metallo in proprio» spiega Walter Ferracci, responsabile del settore per la Confederazione nazionale dell'artigianato. Negli ultimi anni poi paesi come India e Cina hanno moltiplicato le rispettive produzioni e praticano prezzi molto concorrenziali.

E tuttavia il distretto aretino ha saputo rispondere alla sfida della globalizzazione specializzandosi ulteriormente, affinando tecniche e tecnologie. Ad Arezzo sono riusciti a sviluppare la tecnologia del «vuoto», cioè si fanno prodotti molto vistosi, ma assai leggeri quindi con meno oro e dunque a prezzi più bassi. «Si può avere un bracciale lungo 20 centimetri che pesa solo 4/5 grammi» dice Moreno Carloni che col fratello è proprietario della Cometa. Ma questo è possibile perché ad Arezzo si è affermata anche la produzione delle macchine per la lavorazione orafa e anche una specifica tecnologia per il recupero dei liquidi e dei materiali di lavorazione. Così che quel 5% di calo di lavorazione che lo Stato riconosce, viene pressoché totalmente recuperato. Basti pensare che proprio la «Uno A Erre» ha dato vita ad una azienda, la Chimet, specializzata in questo campo che ormai fattura quanto la casa madre. Ancora una volta si dimostra che il vantaggio del distretto sta anche nell'organizzazione di filiera e nelle economie che essa genera.

Accanto a questo fanno premio la grande flessibilità, possibile grazie ad una mi