



Vendere di domenica svendere la domenica

Il cosiddetto Decreto "Salva Italia", convertito in Legge il 22 dicembre 2011, aveva chiamato l'attenzione su altri argomenti di interesse preminente, e così il tema della liberalizzazione degli orari per gli esercizi commerciali (art. 31) è passato in quei giorni sottotraccia.

È stato riportato in primo piano dalla "Giornata europea per le domeniche libere dal lavoro", iniziativa promossa dall'*European Sunday Alliance* (80 membri fra sindacati, organizzazioni civili e comunità religiose) il 3-4 marzo scorsi.¹ Il messaggio che si voleva trasmettere è che la domenica non può essere svuotata, per quanto formalmente salvaguardata. Mantenere aperti i negozi la domenica è scelta che non può venir presidiata soltanto da argomenti di carattere economico né religioso, perché la "ritualità" della domenica ha un impatto che supera entrambi i criteri. Non basta un calcolo costi/benefici (per quanto difficile da misurare) per ricavarne un giudizio di valore. E, nello stesso tempo, gli argomenti di chi vuole evitare che, vendendo di domenica, si finisca per vendere la domenica, sono a volte resistibili proprio perché illustrati da uno sguardo ancora ristretto al proprio *focus* di interesse (religioso, sindacale, sociale...).

VALENZE ECONOMICHE

La collocazione della modifica normativa dentro il cosiddetto "Salva Italia" dice a sufficienza le ragioni "tecniche" che possono aver convinto il governo Monti.

Ragioni *commerciali*, e cioè ampliare lo spazio della concorrenza che, secondo le leggi del mercato, dovrebbe produrre una riduzione dei costi o un miglioramento del servizio. Il principio di uguaglianza è ideologico: «Non c'è nulla che sia più ingiusto quanto far parti uguali fra disuguali», diceva don Milani. E mettere sullo stesso piano di competizione i grandi centri commerciali con il pizzicagnolo sotto casa è a dir poco ingenuo. Semmai, volendo introdurre un elemento correttivo a favore del mercato, si doveva liberalizzare gli orari solo per i piccoli esercenti.

Ragioni *economiche*: non che l'apertura domenicale garantisca un maggior profitto, ma ci si attende incrementi i consumi e crei nuovi posti di lavoro.² Soprattutto in un momento prolungato di crisi, è aspetto certamente apprezzabile. L'argomento è però contestato dalle organizzazioni sindacali e non trova consenso unanime nemmeno all'interno delle organizzazioni di categoria, sulla base delle aperture già introdotte negli ultimi anni. Non risulta infatti sia cresciuta l'occupazione, quanto piuttosto si sia ampliata l'area del precariato e l'erosione degli spazi di contrattualità dei dipendenti, "costretti" ad accettare pacchetti aggiuntivi di ore straordinarie.

Né si può presumere una correlazione automatica fra ampliamento della disponibilità dell'offerta e incremento del consumo. «Se non aumentano gli stipendi, non aumentano i consumi, neanche si può spendere la domenica», è l'obiezione di molti. Il periodo natalizio del 2011 (momento privilegiato per i consumi,

quando i negozi restano aperti anche la domenica) mostra che si è mantenuto sostanzialmente stabile il numero di scontrini battuti, ma si è vistosamente ridotto l'importo complessivo; cioè: si è presentato più o meno lo stesso numero di clienti alla cassa, ma ha speso molto meno.

VALENZE ORGANIZZATIVE

Evidentemente, il trasferimento del giorno libero dal lavoro ad altro giorno della settimana non è compensazione adeguata, perché la domenica non è soltanto un giorno libero, è un appuntamento sociale. Così come non basterebbe concedere un proporzionato numero di giorni di ferie se non è possibile sincronizzarli con il calendario ferie della famiglia.

Dal punto di vista dell'organizzazione delle vita sociale – dei singoli e delle comunità – è essenziale convergere intorno ad appuntamenti condivisi, rispetto ai quali le eccezioni siano tali e ordinate allo scopo – anche – di garantire quegli appuntamenti condivisi.

Paradossalmente, quella legge che si pone l'obiettivo di "liberalizzare" gli orari finisce per restringere la libertà di scelta per le famiglie che vedono un loro membro al lavoro di domenica.

Inoltre, va tenuto conto che la domenica sono sospesi quasi tutti i servizi: asili, scuole, banche... e chi lavora non ha a chi appoggiarsi. Per ovviare all'inconveniente bisognerebbe semplicemente abolire il ciclo settimanale e procedere a ciclo continuo.

Il tempo privato ("ognuno organizza la propria vita come meglio crede") non è l'unico orologio, perché è tempo umano e umanizzante solo se declinato insieme al tempo sociale.

VALENZE ANTROPOLOGICHE

Il più alto valore in gioco resta comunque quello del significato antropologico e sociologico: quale modello di uomo e di società si vuole favorire?

Ogni legge ha sempre anche un valore espressivo (dichiara gli ideali ai quali fa riferimento) e pedagogico (aiuta a perseguirli). Di quali contenuti si pensa riempita l'espressione "qualità della vita"?

La liberalizzazione degli orari per i negozi – ultimo avanzamento nella progressiva devitalizzazione della domenica – lascia intendere che il legislatore/pedagogo tiene in conto prioritariamente il cittadino in quanto consumatore, lasciando in secondo piano il suo essere marito/moglie, padre/madre, amico/amica, membro di una comunità religiosa piuttosto che di un'associazione culturale o sportiva... Cioè di ambiti nei quali la relazione è dettata non dal mercato, nemmeno dal "buon mercato", ma dalla gratuità dell'incontro, dalla sua "festosità". Valori che non sono garantiti dalla sussistenza della domenica, ma certo non vengono coltivati dal suo svuotamento.

ANALOGIE

Il punto raggiunto dalla normativa in discussione è l'avanzamento di un progetto cul-

Il più alto valore in gioco resta il significato antropologico e sociologico della festa: quale modello di uomo e di società si vuole favorire? Il rischio è di produrre una ulteriore frammentazione, senza tempi e luoghi condivisi.

turale (difficile non pensare che sia intenzionale, un progetto appunto) che si è già manifestato in altri ambiti emblematici.

Analogia sportiva. Da qualche anno ormai il campionato di calcio, prima concentrato nel pomeriggio della domenica e plasticamente rappresentato dal pomeriggio allo stadio e da *Tutto il calcio minuto per minuto*, ora è stato spalmato lungo metà della settimana e della giornata. Ci sono state blande espressioni di protesta, soprattutto perché alcune competizioni vengono giocate all'ora del pranzo o della cena, ma non si è potuto nulla contro la logica commerciale dei diritti televisivi. Quella che era una sorta di ritualità quasi sacrale, che comunque aggregava la società e le famiglie attorno a un'agenda domenicale condivisa, si è tramutato in elemento di frammentazione.

Analogia urbanistica. È ormai da molto tempo che la pianta tradizionale delle nostre città si è vistosamente trasformata. Al centro non c'è più la piazza con la chiesa e il municipio. Per quasi tutto il secolo scorso il baricentro delle grandi aggregazioni è stato lo stadio. Ora gli affollamenti più numerosi e più prolungati (non concentrati da un appuntamento) sono i grandi "centri" commerciali che, dalla normativa introdotta, avranno vita giornaliera e settimanale più lunga. È noto il fenomeno di famiglie e singoli – anziani – che trascorrono anche intere giornate in questi luoghi attrezzati per rispondere alle diverse esigenze di un'intera giornata: informarsi, conversare, mangiare... offrendo, per di più, un ambiente climatizzato non sempre disponibile nelle abitazioni private.

Analogia domestica. Alla disseminazione di apparecchi televisivi nelle nostre case – che già hanno modificato sensibilmente le abitudini familiari – si sono aggiunti i computer con funzioni multimediali. L'evoluzione di questi mezzi di comunicazione hanno trasformato la Tv in teatro casalingo, mentre i *social network* rendono la scrivania il nodo di una rete praticamente planetaria che aggrega mantenendo distanti.

Quale modello di uomo e società stiamo – più o meno consapevolmente – perseguendo? Spingendo – forse troppo – il riferimento ai comandamenti, si potrebbe dire che la cura richiesta per la domenica deriva più dal quinto che dal terzo comandamento.

Marcello Matté

¹ La scelta della data richiama lo stesso giorno del 321 quando l'imperatore Costantino introdusse nel calendario romano la settimana di sette giorni e precettava il "dies solis" come festivo per tutti.

² Dalla rilevazione 2010 dell'Osservatorio nazionale sul commercio, risulta che la grande distribuzione generica conta 17.337 punti vendita (dei quali 9.655 supermercati) e un'occupazione di 333.919 addetti (173.248 nei supermercati). Si calcola che i lavoratori domenicali (occupati cioè almeno una domenica la mese) siano circa 3 milioni di dipendenti e 1,5 milioni di artigiani, agricoltori, ambulanti. La percentuale maggiore è quella del settore alberghiero e ristorazione; seguono pubblica amministrazione e difesa, sanità e assistenza sociale, negozi, trasporti e call center.