

Non di solo pane

Storia di una visione - L'idea della cooperativa, l'impegno politico, il Cristianesimo dell'azione, il Percento culturale: ecco tutto quello che Gottlieb Duttweiler ha creato oltre al commercio al dettaglio

/ 12.11.2018
di Karl Lüönd

Senza l'esperienza nata dal fallimento, l'esistenza di Gottlieb Duttweiler (1881-1962) non sarebbe stata la stessa. Infatti, dopo la prima guerra mondiale fa bancarotta speculando sulle materie prime. Poi ci riprova con una piantagione di caffè in Brasile. La fondazione della Migros è, come egli stesso amava ricordare, la sua ultima opportunità.

Gli alti e bassi sperimentati in giovane età gli insegnarono a mantenere le distanze dalle cose materiali. Anche quando era ormai diventato milionario, aborriva gli status symbol. Viveva in un appartamento di tre locali e mezzo, guidava una Fiat Topolino e in treno viaggiava in terza classe.

1925: quando Gottlieb Duttweiler fonda la Migros sono tempi duri. Dopo la prima guerra mondiale il nazionalismo era tornato a impregnare l'economia. In nome della lotta alla crisi, il Consiglio federale e l'amministrazione governavano l'economia con la legge d'emergenza. Assieme a una combriccola di associazioni e cartelli.

Proprio mentre la Migros osava mettere piede in Romandia, una coalizione di contadini, commercianti e sindacalisti metteva a segno un feroce attacco: il divieto di aprire filiali del 1933. Duttweiler rispose fondando l'Anello degli Indipendenti e nel 1935 entrò in Consiglio nazionale con sette rappresentanti. Dichiarò sempre di essere stato costretto a entrare in politica.

Le basi ideologiche del movimento le fornirà solo successivamente. Sull'onda dell'attualità dell'epoca e consapevole della reazione che avrebbe provocato, Duttweiler attacca il Fronte nazionale filonazista: «L'Anello è il simbolo che si oppone al Fronte nazionale, con il suo Führer e la sua folla obbediente. L'Anello vuole riunire tutti, di destra e di sinistra, contrariamente ai fronti di destra e sinistra che hanno sempre bisogno di paventare un fronte opposto».

Più tardi «Dutti» approfondirà quello che la NZZ aveva deriso come un «cumulo di affari e filosofia», chiamando «Cristianesimo dell'azione» quell'idea forse imprecisa ma filantropica e vicina al popolo.

Legata ad essa era la problematica ambientale, riconosciuta in anticipo sui tempi. Molto prima della concorrenza, la Migros inizia a impegnarsi per un'alimentazione sana, un'agricoltura biologica, la protezione dei consumatori e un atteggiamento razionale nei confronti dell'energia e dei rifiuti. Dopo una lunga esperienza, il motto di Duttweiler ha messo radici: l'uomo non vive di solo pane!

Sulla stessa linea di sviluppo sta la decisione più importante della sua vita. Nel 1940 Duttweiler trasforma la Migros da società per azioni in cooperativa e ne regala le quote ai suoi clienti. Naturalmente questo gesto generoso aveva anche un risvolto di «Realpolitik», come confermò anni dopo Adele Duttweiler. Suo marito, infatti, aveva ipotizzato una vittoria bellica di Hitler e intendeva anticipare una possibile espropriazione della propria azienda.

Mettere in pratica tutte quelle idee per promuovere la cultura nelle ristrette condizioni degli Svizzeri dell'epoca, specialmente in anni di crisi e di guerra, fu un risultato unico. Tra il 1940 e il 1962 Duttweiler diventa di gran lunga il maggior sponsor culturale della Svizzera. Nel 1943 partecipa alla fondazione della Praesens-Film AG, rendendo possibili importanti progetti dedicati alla difesa dello spirito nazionale. Nel 1950 consolida la comunità del libro Ex Libris: senza le sue licenze editoriali non sarebbero state stampate decine di importanti opere letterarie.

Ma il progetto più duraturo è il Per cento culturale, ancorato negli statuti della Migros dal 1957, che rappresenta un caso unico di obbligo permanente dandosi volontariamente da un'impresa. Nel 2017 sono stati distribuiti 122,4 milioni di franchi per progetti nell'ambito della cultura, della socialità, della formazione, del tempo libero e dell'economia. Il concetto di cultura è inteso in modo estremamente ampio: all'inizio includeva anche l'agenzia di viaggio Hoteplan, in seguito ne hanno beneficiato le scuole di lingue (Eurocentrs), le Scuole Club e i centri fitness. «Engagement Migros» è un'estensione del Per cento culturale e promuove progetti pionieristici, che aprono nuove strade nella trasformazione sociale.

«La Migros è della gente!», recita lo slogan 2018, di cui Gottlieb Duttweiler ha gettato le fondamenta durante i suoi 37 anni di Migros. La particolarità di Migros è che il suo fondatore non solo ha capito i bisogni materiali dei clienti, ma anche quelli culturali e politici. Gottlieb Duttweiler lo esprimeva così: «Dobbiamo affiancare alla nostra crescente potenza materiale prestazioni sociali e culturali ancora maggiori».