

SENZA SCONTI

Black Friday, il miglior prezzo per il peggior prodotto

CULTURA

26_11_2018

**Rino
Cammilleri**



Dopo che i telegiornali a tutta manetta hanno magnificato l'Evento, mi sono affacciato timidamente sull'agone, visto che si promettevano affari golosi & succosi. Parlo del cosiddetto Black Friday, ennesima americanata esportata col solito successo delle altre

in tutto l'Occidente.

Negli Stati Uniti la fanno il giorno dopo il loro Giorno del Ringraziamento, che è l'unica moda americana che gli americani non sono mai riusciti a esportare, un po' come il baseball e il football «americano» (quello con i giocatori catafratti e imbottiti). In tema di sport, un'altra cosa che non sono riusciti a esportare sono le cheerleaders, che noi chiameremmo ragazze pon-pon e che, nei campi di calcio europei, starebbero a schiamazzare ai bordi a loro rischio e pericolo (e poi ostacolerebbero i terzini e le rimesse). Il Black Friday invece è dilagato, perché si tratta solo di acquistare merce scontata. Il nome appioppato alla cosa, tuttavia, dovrebbe far rabbrivire. Infatti, significa Venerdì Nero e ricorda sinistramente il Giovedì Nero, quello che nel 1929 fece crollare Wall Street producendo effetti a catena che si riversarono in tutto il mondo, e provocando suicidi, fallimenti a cascata, depressione economica e catastrofi annesse. Al Black Friday i tg intervistavano passanti carichi di borse di plastica e di carta, gente radiosa appena uscita dai negozi: che cosa ha comprato? quanto ha speso? è contento? Ho comprato questo e quest'altro, ho speso mille euro, sono contento come una pasqua perché tutta 'sta roba ne sarebbe costata duemila, no, se non ci fosse stato lo sconto non avrei comprato niente.

I tg, tutti, passano il video (sempre lo stesso, tutti gli anni) in cui si vedono americani in America in fila davanti al centro commerciale dalla sera precedente, hanno passato la notte all'addiaccio e, quando hanno aperto i cancelli, si sono riversati a valanga umana per assicurarsi smartphone e mega-televisori. Gli europei sono meno teatrali, in effetti, ma in compenso il loro Black Friday dura quasi una settimana (ma non c'era la crisi?). Sarà vera gloria? Chissà. Intanto, come dicevo, per non perdermi la goduria mi sono intruppato anch'io nel Venerdì Nero, pubblicizzato con adesivi dark e squillanti in (quasi) tutte le vetrine. Poiché volevo comprarmi un paio di scarpe che in verità non mi servivano (ma tutti, anche gli americani, nel Black Friday si precipitano a comprare cose superflue), sono entrato nel mega-store di lusso monomarca che prometteva l'affiliazione al Giorno Fatidico. Individuato l'articolo da me ambito, ho chiesto il prezzo al commesso. Risposta: spropositato. Domanda numero due: e con lo sconto quanto viene? Risposta numero due: ma l'articolo da lei concupito non rientra nello sconto. Ah. La rapida occhiata in giro sui pezzi scontati non mi ha soddisfatto, perché non mi piaceva niente. Così, me ne sono andato insalutato hospite.

Cento metri più avanti, nella stessa via dello shopping milanese, ecco un'altra grande vetrina di scarpe, stessa adesione al Black Friday, stesso affollamento dentro. Sono entrato anch'io e mi sono aggirato tra gli scaffali. Ecco un altro paio di scarpe di mio gusto. Chiesto alla commessa quanto venivano, mi ha risposto una cifra davvero

esosa. Ma come, c'è scritto che anche voi fate il Black Friday... Sì, ma la marca da lei scelta non soggiace mai a sconti di sorta, nemmeno durante le svendite di fine stagione. Ah. Morale: sono tornato a casa senza scarpe, a parte quelle che avevo ai piedi. E ho riflettuto: vuoi vedere che i furbi commercianti approfittano – loro - del Black Friday per smaltire i fondi di magazzino e gli oggetti che in altri giorni non riescono a vendere? Devo dire che non ho fatto un'indagine a tappeto, ma solo a campione e per un unico articolo. Tuttavia, a pensar male si fa peccato, è vero...