

LA DURA VITA DEL C

Una volta alla settimana vado al supermercato a fare la spesa grossa per la famiglia. Un tempo era un compito semplice, ma poi, con il passare degli anni, è diventata sempre più un'impresa complicata e faticosa. Vado con il mio carrello nella corsia 6, dove so che sulla sinistra c'è lo yogurt, e invece trovo i pannolini per i bambini! Chiedo a una commessa che sta passando dove sono gli yogurt e quella senza fermarsi mi risponde di andare alla corsia 23. La raggiungo e trovo i miei yogurt. La settimana dopo, per prendere di nuovo gli yogurt che piacciono a mia moglie, vado direttamente alla corsia 23, ma qui ci trovo la pasta! Allora torno alla corsia 6 e qua non ci sono né gli yogurt né i pannolini, ma i surgelati! Chiedo a un'altra inserviente che sgarbatamente mi dice di andare alla corsia 14. Mi chiedo: "Ma perché all'entrata del supermercato non distribuiscono una mappa con la locazione giornaliera dei prodotti?". È perché probabilmente il supermercato è gestito da uno che pensa di essere un genio del marketing e suppone che spostando continuamente la mercanzia i consumatori siano portati ad acquistarla di più. E sbaglia, perché diverse volte, dopo aver vagato per venti minuti fra le corsie, torno a casa senza yogurt e mento a mia moglie dicendole che era finito... Il solito genio del marketing pensa anche che sia necessario distribuire i prodotti in più punti. Che senso ha infatti trovare il vino, oltre che nel suo scaffale, nella prima corsia appena entrati e poi fra il pesce e ancora in mezzo ai biscotti, in posizioni lontanissime fra loro? Probabilmente il genio del marketing pensa che io, mentre sto comprando i biscotti, veda la bottiglia di spumante e decida di comprarlo, ma si sbaglia perché il risultato della sua elucubrazione è solo che le corsie sono disordinate. Io

come consumatore sono metodico e se voglio comprare un prodotto voglio andare dritto a trovarlo sempre allo stesso posto e non una volta fra i dentifrici e l'altra fra i petti di pollo!

Un'altra difficoltà che incombe su di me è la troppa scelta. Ad esempio vado davanti allo scaffale del tonno e trovo cento confezioni diverse. Rimango lì imbambolato per un quarto d'ora a decidere quale devo prendere. Una costa meno, ma ce n'è di meno; una costa di più, ma è più grossa; una ha poco olio; un'altra ha l'olio extravergine; una si spezza con un grissino (che poi il tonno buono dovrebbe invece essere bello compatto); uno ha l'olio di girasole; uno è una marca famosa; una è sottocosto... Il mio ideale sarebbe un negozio tipico dell'era sovietica brezneviana con gli scaffali desolanti e desolanti, mezzi vuoti, dove se vuoi comprare il tonno, ammesso che ci sia, trovi *una* confezione. Se lo vuoi, prendi quella, perché non c'è altra scelta. Invece rimango a fare l'esegesi delle informazioni sulle varie confezioni e alla fine ne metto una nel carrello, sicuro che avrò fatto la scelta sbagliata. A casa mi sentirò le mie...

Un'altra difficoltà che vivo è quando debbo comperare lo shampoo. Una volta c'era lo shampoo. Adesso, invece, ci sono gli shampoo! Vado davanti allo scaffale, che per fortuna per questa settimana non è stato cambiato, e mi trovo davanti a una selva di bottigliette e barattoli. Ne prendo una. C'è scritto "per capelli crespi". In famiglia abbiamo i capelli crespi? mi chiedo. Rispondo di no e quindi poso la confezione. Ne prendo un'altra. Questa è per i capelli biondi. Nessuno di noi è biondo e quindi poso la bottiglietta. Ne afferro un'altra. "Per capelli ricci". La poso. Ma possibile che non ci sia lo shampoo e basta! Ne prendo uno a caso e lo butto nel carrello. A casa mia moglie lo scruta e legge

ad alta voce: "Per capelli secchi!", e poi mi chiede: "Ma secondo te io ho i capelli secchi?", e poi incalza, interrogandomi: "Come sono i miei capelli?". "Belli", vorrei rispondere, ma so che non sarebbe la risposta giusta.

Poi ci sono prodotti che il gestore del supermercato non vuole che noi compriamo. Non ci può essere diversa spiegazione, perché li nasconde! Il bicarbonato, ad esempio. Nessun supermercato vuole venderti il bicarbonato e allora lo nascondono. Lo cerco, vago per le corsie, recito qualche preghiera, ma non lo trovo. È perché sono proprio bravi a nascondere. Poi chiedo a una commessa e quella mi risponde che è fra l'acqua minerale. "Perché insieme all'acqua minerale?", mi chiedo. Boh! La settimana dopo vado a cercarlo fra l'acqua minerale e non lo trovo. Allora chiedo a un'altra commessa e questa mi dice che è fra i detersivi. Sì, forse ha un senso che stia fra i detersivi, penso. La settimana dopo, però, non è più fra i detersivi e neppure fra le bottiglie di acqua minerale. Un'altra commessa ancora mi dice che ovviamente è vicino al sale! Ma perché non vogliono che comperiamo il bicarbonato? Servirà per costruire le bombe?

Una grande difficoltà la vivo poi in estate, quando fuori dal supermercato ci sono trentasei gradi e dentro sembra di essere a Cortina d'Ampezzo in una brutta giornata invernale. Fuori sto in maglietta con le maniche corte e sudo; entro e il sudore mi si ghiaccia sulla schiena. Faccio la spesa in frettissima, per evitare che mi venga una pleurite. L'anno scorso mi portavo un giubbotto e prima di entrare nel supermercato me lo infilavo. E dentro stavo appena bene. Poi ho iniziato a considerare che ero piuttosto ridicolo a dovermi infilare ad agosto un giubbotto per fare la spesa e

CONSUMATORE

di Sergio Albesano

allora ho cambiato supermercato, trovandone uno dove c'era l'aria condizionata dal volto umano. Mi chiedo che senso abbia tenere una temperatura di diciassette gradi. Io non sono contrario all'aria condizionata, ma usata *cum grano salis*. Si parla tanto e giustamente di risparmiare energia e poi si usa l'aria condizionata senza discernimento! È un costo che si potrebbe evitare. È anche controproducente, perché clienti come me vengono persi.

Quando arrivo alla cassa e pago la spesa, la commessa mi dà sempre un buono sconto. Sarei contento se riguardasse il dentifricio o il detersivo per la lavastoviglie. Invece no! Ogni volta mi dà uno sconto per il giornaliero sulle piste da sci di Bardonecchia! Ma io l'ultima volta che sono andato a sciare è stato nel 2000 e ora, tra protesi all'anca e menisco rifatto, se mi avventurassi sulle piste sarei un incosciente. Perciò faccio sempre finta di dimenticarmelo sul bancone, ma ogni volta la cassiera, inesorabile, mi richiama indietro dicendomi: "Signore, ha dimenticato il suo buono...". Allora sono costretto a ringraziarla, a scusarmi, a riprendere il buono e a cercare il più vicino cestino per la carta.

Un'altra difficoltà che vivo a ogni spesa è la scelta del carrello. O meglio, evito di scegliere, tanto quello che prenderò, pur dopo aver vagliato le varie file in cui sono conservati, sarà sempre quello che procede storto. Allora non basta spingerlo in avanti, perché quello deraglia a destra o a sinistra. Per cui sono obbligato a mettermi di traverso per cercare di farlo andar dritto. E intanto sogno di poterlo spingere velocemente per poi saltare con i piedi sui copri ruota, piegarmi in avanti, afferrare le aste laterali e lasciarmi trasportare velocemente fra le corsie. Giuro che prima o poi lo farò, riscoprendo la felicità ingenua di un bambino.

Quando vado a fare la spesa ho



la mia tecnica: lascio il carrello in un luogo centrale del supermercato, dove non sia di intralcio e non blocchi il passaggio, e poi mi muovo velocemente tra le corsie per andare a prendere i prodotti che mi sono segnato sulla lista che ho preparato con cura a casa. Sono lieto alle consegne che mi sono dato e non mi lascio sviare da offerte speciali e prodotti che attirano la mia gola. Come prassi, faccio la spesa dopo aver mangiato, per evitare di lasciarmi tentare dalle cose golose, che poi mi pento sempre di aver comprato e soprattutto di aver mangiato. Il mio obiettivo è fare la spesa in fretta, organizzandomi al meglio. Provo quindi una forte insofferenza per coloro che stanno sempre attaccati al loro carrello, si muovono lentamente e soprattutto ostruiscono i passaggi delle corsie, obbligandomi a slalom e rallentamenti. In particolare ci sono le coppie in cui il marito ha l'unico compito di sospingere il carrello, mentre la moglie sceglie i prodotti. Un'attitudine di queste coppie è quella di porsi davanti a uno scaffale, ponendo il loro carrello fra loro due come un muro insormontabile e se tu hai bisogno di accedere velocemente proprio a

quello scaffale perché ti serve ad esempio una bottiglia di olio che è lì, beh puoi anche lasciar perdere, perché non ti permetteranno di accedervi e, se provi a intrufolarti fra loro, non te lo lasceranno mai fare!

Così talvolta sogno di fare come Marcovaldo, che con la sua famiglia riempiva a dismisura il carrello e poi lo lasciava lì. I personaggi di Calvino lo facevano perché non avevano i soldi per permettersi una spesa poderosa, ma il semplice fatto di riempire il carrello dava loro la sensazione di sazietà, poiché per quell'attimo, prima di superare la cassa, tutta quella merce, tutte quelle cose buone erano potenzialmente loro. Per fortuna la mia pensione mi dà la possibilità di fare una bella spesa tutte le settimane. Ma mi piacerebbe ugualmente, almeno una volta nella vita, andare al supermercato come se non ci fosse un domani, evitare le cose che fanno bene, insalata e yogurt, e riempire il carrello di tutte le porcherie che mi piacerebbe da matti trangugiare, tortine, salse, patatine fritte, bevande zuccherate, e poi lasciare lì il mio carrello immondo e tornare a casa per mangiarmi la mia minestrina salutare. ■