

11 novembre 2017 12:45

Black friday. Non fatevi fregare. Protagonista e' il consumatore, non venditori e produttori

di [Vincenzo Donvito](#)



Il Black Friday e' negli Stati Uniti il giorno successivo al Giorno del ringraziamento (l'ultimo giovedì di novembre, quelli dei tacchini ripieni di castagne che vediamo nei film) e tradizionalmente da' inizio alla stagione dello shopping natalizio. Quest'anno e' il 24 Novembre. Come molte delle cose americane, anche questa sta dilagando nei nostri costumi (si pensi ad Halloween) e nella nostra economia. Divertente, interessante, buona occasione, ma non facciamoci fregare. ***A noi sembra che di Black Friday (venerdì nero) sia pieno l'anno, e non solo di venerdì, ma tant'e'... tutto grasso che cola.*** "Noi" si intende i consumatori non compulsivi, che acquistiamo perche' piace e serve, che non facciamo nascere i bisogni dopo aver visto una pubblicita' o una coda davanti ad un negozio e che vorremmo esser li' perche' "cosi' fan tutti".

E' difficile?

Potrebbe esserlo. Siamo in tempi di persone che si accampano giorni prima, magari dopo aver fatto centinaia di chilometri per arrivarci, davanti ad un negozio che comincia a vendere l'ennesimo costosissimo prodotto Apple rimaneggiato, rinominato, con qualche variante spesso inutile rispetto al modello precedente. E magari sono li' solo per farsi riprendere da qualche telefonino o telecamera e finire in Rete e sui vari media, che danno seguito a queste notizie cosi' Apple compra piu' pubblicita' sui loro spazi.

Questa e' proprio la logica del Black Friday. Identica -a dimensione culturali americane ovviamente, "pim, pum, pam"- a quella dei nostri saldi.

Noi consumatori e' bene che la osserviamo. Non facciamoci prendere dalla spocchia anti-consumistica, magari andando poi a spendere dieci volte tanto da un'altra parte solo perche' e' bio o a chilometro zero. Osserviamola e prendiamo cio' che ci serve e ci piace. Facendo attenzione ai particolari, proprio come facciamo quando ci arriva una bolletta della luce, del gas o del telefono o dell'acqua o dei rifiuti. Cioe': non facciamoci fregare. E, per i piu' grandicelli, facciamo attenzione a non far fregare i nostri figlioli.

Una consapevolezza di partenza: se le offerte che vediamo in questo venerdì non ci convincono, oppure non abbiamo tempo perche' non festeggiamo il venerdì -a parte chi di noi e' musulmano, ammesso che non lavori, ma comunque si sente in spirito di festa-, ricordiamoci che dopo c'e' anche il sabato e la domenica e lo stesso negozio e' sempre aperto con le stesse offerte, e non e' detto che non siano anche migliori. E poi, se quel negozio le ha esaurite e non abbiamo voglia o tempo di andare a quell'altro negozio vicino, vuoi che con un "prime" di Amazon non ci arrivi il giorno dopo quello che vogliamo? E magari spendendo ancora meno, e proprio quello che volevamo -se non uno migliore- senza doversi accontentare dell'ultimo pezzo in esaurimento che ci convinceva fino ad un certo punto, oppure ci aveva convinto grazie al sorriso accattivante della pubblicita' o del commesso o della commessa?

Cioe': per comprare d'occasione c'e' sempre tempo. 24 ore su 24. 365 giorni ogni anno. In qualunque parte del Pianeta. Il Black Friday fa tanto "pim. pum, pam", ma poi fa "plof" se, dopo gli occhi spalancati e gioiosi che abbiamo fatto per le sue pubblicita' accattivanti, usiamo il cervello (anche un pochino, non ci vuole tanta fatica e impegno), guardando a noi stessi e ai nostri cari con cui, per esempio, ci piace condividere anche i consumi. E forse, il tempo che risparmiamo e lo stress che non accumuliamo, puo' essere interessante e benefico usarlo per noi e questi nostri cari.

Stiamo parlando dell'economia circolare. Quella che ruota intorno all'essere umano. Dove e' quest'ultimo che decide, anche se tutto sembra spingerci a relegare la decisione come fatto secondario rispetto al consumo. Economia, del quotidiano e non solo, che in tanti non hanno ancora compreso, e si fanno fagocitare dai riti collettivi. Per meglio capire: siamo noi consumatori e utenti ad acquistare o non acquistare i prodotti e i servizi. *Siamo noi a fare la fortuna di venditori e produttori che ce li offrono. Questi ultimi non ci fanno mai un piacere. Siamo sempre noi a farlo a loro.*

Buon Black Friday!