

La settimana di undici giorni con il Black Friday di Bezos

(C) Ced Digital e Servizi | 7700661041 | 9373723694 | Isola@corriereadriatico.it

Giovanni Guidi Buffarini
Opinionista
e critico cinematografico

C'è che una volta il Black Friday era una roba degli americani, il venerdì degli acquisti a sconto dopo il Ringraziamento, quest'anno cade il 24 novembre. C'è che il Black Friday l'abbiamo importato, e meno male che non abbiamo importato il Ringraziamento, del resto non sapremmo per cosa ringraziare e in ogni caso non è detto che un giorno anche noi non ringrazieremo, una scusa si trova facile. C'è che in breve volger d'anni il Black Friday d'importazione è esodato diventando Settimana del Black Friday, e quest'anno Jeff Bezos ci informa sarà da oggi al 27, e se Jeff dice che la settimana dura undici giorni non sarò io a contraddirlo. C'è che all'esordio dei Black Friday Nostrano gli sconti stavano da Jeff Amazzonico, su qualche altro sito e in qualche centro commerciale. Adesso invece partecipano se non tutti quasi, anche siti monotematici monoprodotto e negozietti fisici indipendenti, puoi acquistare a sconto un viaggio aereo (vista l'offerta proprio mentre scrivo, malgrado tecnicamente la Settimana dei giorni del Black Friday non sia manco iniziata) o una casella di posta elettronica certificata, venghino signori, svendiamo tutto. C'è che per i prossimi undici giorni - ma è già così e sarà così anche il 28 e seguenti - il telefono non smetterà di trillare notifiche, come notifica Jeff nessuno ma anche gli altri mica scherzano, e per non dar di matto giocoforza dovrò silenziarlo il telefono e pure tenerlo a distanza per non coglierne le vibrazioni reiterate, a costo di non rispondere alle chiamate facendo figura di quello che se la tira: non è che me la tiro, preservò il mio equilibrio psichico, ci provo almeno. C'è che il Black Friday incontenibile ha dato origine a un genere giornalistico, bifronte biforcuto, di qua il pezzo di informazioni generali e per lo più improntato all'entusiasmo (il mio invece è influenzato dalla fissurazione dei gioielli di famiglia, vabbè), di là le vere e proprie guide al Black Friday, manuali di strategia che Clausewitz levati, con segnalazioni in tempo reale delle migliori offerte a gusto del

redattore e le dritte per evitar le sole, la novità dell'anno è l'elenco dei link ai siti che di ogni prodotto riportano la serie storica dei prezzi, magari rivelando che il -40% applicato su quel cellulare non è un autentico sconto Black Friday, è che quel cellulare ormai da mesi costa grosso modo quella cifra lì, essendo un modello superato. Ché se pigli una sola durante il Black Friday, ci resti malissimo. E comunque ci resti malissimo anche se, pochi minuti dopo aver acquistato per 109,99 euro un novissimo gadget tecnologico che non sai bene che funzione abbia ma non resisti a portartelo in casa, lo vedi su un altro sito a 108,99 euro, e svaluti te stesso: «Mai che faccia la cosa giusta». C'è che di norma lo shopping, online o out in the street, è attività piacevole, mentre durante il Black Friday la faccenda tende a farsi stressante, la possibilità di risparmiare che diventa obbligo di risparmiare dunque d'acquistare, mentre l'attesa per la possibile "offerta a tempo" delle lenzuola matrimoniali con le paperelle ti spinge a consultare lo schermo ogni due minuti e l'irritazione monta, ché le paperelle s'ostinano a proporle a prezzo pieno mentre le lenzuola coi coccodrilli stanno fisse a metà prezzo ma non li vuoi i coccodrilli, ti inquietano: bocche spalancate, guarda che denti. E allora sapete che c'è? Coglietele voi le imperdibili occasioni di questi undici Black Friday filati. Comprate cose belle, cose utili, cose che «Perché ho messo 'sta ciofeca nel carrello?» e a Natale rifilerete al cugino Tommasino a significargli tutto il vostro affetto, sperando capisca e si rifaccia vivo nel 2036. Ve le lascio tutte. Questo Black Friday non mi riguarda. Come non ci fosse. E non è anticonsumismo, è che mi va di fare il bastian contrario. Perdendo, d'altro canto, poco e niente. Ché agli sconti Black Friday ne seguiranno a stretto giro e a getto continuo, infiniti altri. Siamo circondati dagli sconti, non c'è scampo. «Attenzione, la promozione termina domenica». Ma lunedì comincia quella nuova, lo sappiamo tutti. Quando vorrò un sofà o una poltrona, potrò sicuro usufruire di un'offerta imbattibile. Per adesso, no grazie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Economia circolare per dare un futuro a chi sceglie di vivere sulla montagna

La sfida territoriale: Geografie e strategie contro le crisi climatica e demografica" è il titolo scelto quest'anno per il Festival della Soft Economy in corso a Treia fino a domani. Al centro dell'appuntamento l'urgenza di elaborare una visione del territorio nazionale che parta dalla consapevolezza degli impatti sempre più evidenti e dei rischi sempre più gravi conseguenti alle crisi climatica e demografica, più evidente nelle aree montane del Paese. Una prospettiva preoccupante dal momento che una montagna disabitata non può assicurare nessun contributo contro la crisi climatica che può essere efficacemente contrastata solo con la presenza di comunità e istituzioni locali in grado di svolgere le funzioni di vigilanza, monitoraggio, cura e manutenzione territoriale. A Treia discutiamo di come far maturare la consapevolezza della centralità geografica della montagna e conseguentemente della sua centralità politica, dando così vita ad un grande e ambizioso programma centrato sull'economia circolare in grado di realizzare quelle azioni di adattamento/mitigazione necessarie a contrastare la crisi climatica, puntando in particolare sulle produzioni legate alle filiere della bioeconomia fondamentali nell'assicurare e fornire servizi ecosistemici e ambientali. A partire da una gestione innovativa del patrimonio forestale per renderlo più protettivo e più produttivo dando così vita ad una filiera italiana del bosco, delle foreste, del legno arredo e delle costruzioni e a cascata delle biomasse per fini energetici. E allo sviluppo delle attività agrosilvopastorali che attraverso i prati pascoli contribuiscono all'assorbimento di Co2 e al mantenimento della biodiversità, dei paesaggi e alla offerta di produzioni enogastronomiche di qualità, in particolare tipiche, biologiche e più in generale salubri e sostenibili. La sfida è quindi di essere capaci di intercettare queste nuove opportunità per rendere questi territori attrattivi per nuovi abitanti che li sceglieranno proprio perché proiettivi, e non più retrospettivi, promuovendo così un progetto nazionale di neopopolamento che contrasti l'evaporazione delle comunità e il conseguente ritirarsi e rimpicciolirsi dei territori montani.

Fabio Renzi
segretario generale Symbola



Corriere Adriatico

Edizione digitale PC/Tablet/Smartphone.

Il servizio di assistenza è attivo dalle ore 9 alle ore 21, tutti i giorni dal lunedì alla domenica. www.corriereadriatico.it Tel. 06 62289716 supporto@cedsdigital.it

Giancarlo Laurenzi
DIRETTORE RESPONSABILE

Azzurra Caltagirone
PRESIDENTE

Fabrizio Caprara
Alvise Zanardi
CONSIGLIERI

Corriere Adriatico S.r.l.
Sede legale Via Barberini, 28 - 00187 Roma

Soggetto designato al trattamento dei dati personali: Giancarlo Laurenzi

Direzione, Redazione Via Berti, 20 - Ancona. tel. 071 4581, fax 071 42980 / 41898. REDAZIONE: **Ascoli Piceno e Fermo**, Via Vipera 14 (Ap), tel. (0736) 259228 (Ap) - 259948 (Fe), fax 252860; **Macerata**, Galleria del Commercio 29, Tel. (0733) 264990, fax 264777; **Pesaro**, Via S. Francesco 44, tel. (0721) 31633, fax 67984

Stampa Stampa Roma 2015 S.r.l., Viale di Torre Maura, 140 - Roma

Concessionaria di Pubblicità **Piemme S.p.A.** Via Berti, 20 - 60100 Ancona - Tel. 071 2149811 RA Fax 071 45020. Sede legale: Corso di Francia, 200 - 00191 Roma - Tel. 06 377081 - Fax 06 3724830

Abbonamenti
Tel. 064720549
abbonamenti@corriereadriatico.it
Numero di Certificazione
ADS 8689
Iscrizione al registro del Tribunale di Ancona n.5 dell'anno 1971
© Copyright Corriere Adriatico S.r.l.
Tutti i diritti sono riservati