

PREZZI E MONETE NEL SUD ITALIA

Supplemento al
Libro I de IL CAPITALE - Karl Marx

Avete finalmente raggiunto la splendida località di mare dove avete prenotato, in Calabria, in Sicilia o magari a Sorrento.

Bene.

Avete sistemato i bagagli nell'albergo e state per entrare nel mercatino sotto casa, per i vostri sacrosanti acquisti.

Benissimo.

Attenti però, c'è una cosa che dovete sapere: nel Sud il concetto di *prezzo* ha alcune particolarità che è meglio conoscere in anticipo.

Come molte altre cose importanti (i semafori, i segnali stradali, le strisce pedonali, etc.) nel Sud il prezzo ha valore *indicativo*. Con questa numero il commerciante *propone* una cifra e si aspetta che il cliente avvii una contrattazione, fino ad un nuovo punto di equilibrio.

E' una cifra destinata a variare con l'acquirente, con l'occasione, da un'ora all'altra, con la temperatura, con il livello di umidità, con l'indice MIB, con l'umore, vostro o del venditore, seguendo leggi complicate, complicatissime.

Nel come inventare il prezzo di partenza in modo che sia compatibile col prodotto e nel come *calibrarlo* di volta in volta sul cliente, cioè voi, soppesandovi in pochi secondi, mentre vi avvicinate al suo banco, sta tutta l'arte del bravo commerciante meridionale, la sua bravura e, in fondo, la sua fortuna.

Il fatto che il prezzo della merce possa cambiare, anche a seconda del cliente, non vi deve meravigliare. Il *prezzo* comprende una parte di valore *immateriale*, un *plusvalore* che potenzia il desiderio per l'oggetto stesso, rendendo più piacevole la vendita, per l'acquirente ma anche il commerciante.

Con questo semplice artificio, a costo zero, il venditore vi regala la soddisfazione di aver fatto un affare. E se il prezzo iniziale è alto, esagerato, quasi assurdo, tanto più alta è la soddisfazione.

Chi non conosce questo sistema trova la contrattazione una cosa illogica, barbara, una perdita di tempo.

Ma come potremmo mai comprendere culture diverse dalla nostra se non riusciamo neanche a comprendere il concetto di prezzo a Positano o a Sorrento!

Noi del Nord siamo troppo schiavi dei numeri, ecco il punto: per noi il prezzo è una *grandezza fisica*, come il peso, il volume o l'altezza, mentre parole come contrattazione ci fanno venire in mente l'epoca barbara del *baratto* nei giorni di mercato. Nel Sud, invece, il prezzo è una *grandezza metafisica*: quando l'acquirente e il venditore iniziano il loro sapiente tira e molla, fatto di ammiccamenti, di improvvise ritirate e di falsi contrattacchi, essi non stanno né vendendo né acquistando nulla; essi si stanno cimentando in qualche cosa che è più una danza che una vendita e, come nella danza, il loro non è uno scambio di oggetti, ma di simboli.

Per chi possiede un piccolo esercizio al dettaglio, ad esempio un banco di pezze colorate in una città del Sud, il fatto che il cliente tenda a ribassare il prezzo è la cosa più naturale del mondo, e si aspetta che voi glielo chiediate.

A questo il venditore è preparato fin dal giorno in cui ha aperto la sua benedetta bancarella. Anzi, se potesse parlare in libertà, egli vi direbbe che una bella contrattazione eseguita *a regola d'arte*, con un cliente simpatico, è più piacevole e più divertente che incassare la cifra.

Voi turisti che, visto il prezzo, mettete mano al portafogli e pagate, non avete ancora capito niente del luogo che state visitando!

Con questo vostro gesto voi vi esponete a tre grossi rischi, e non sto parlando del rischio merceologico in senso stretto, e cioè la *fregatura*.

Rischio numero uno: voi pagherete il prodotto più di quel che vale e il commerciante *lo sa*, la moglie del commerciante *lo sa*, tutti lo sanno. Ma se proprio volete pagare di più, nessuno può impedirvelo.

Rischio numero due: sborsando il prezzo stampigliato sul cartellino, così, nudo e crudo, voi darete l'impressione di chi rifiuta un incontro, che è principalmente relazione umana, non merceologica.

Rischio numero tre, di gran lunga il più grave: prendendo alla lettera quella che era una cifra di partenza buttata lì, voi avete messo l'*onesto commerciante* nell'imbarazzante situazione di dovervi derubare, suo malgrado. E questo non si fa.

Egli non può più ritrattare il prezzo e dovrà incassare una cifra che ritiene *esagerata* ma, quel che è peggio, in questa sua pena – perché egli soffre davvero, e potete verificarlo voi stessi dal mesto ghigno che gli attanaglia il viso – nessuno può confortarlo.

Meno che mai voi, che siete i suoi carnefici. ¹⁾

¹ MATO 2002,2007