

Il Centro Europeo di Studi Statistici invia due impiegate allo scopo di aiutare i negozianti nella vendita dei loro prodotti e di ridurre la chiusura degli esercizi. I dati dello scorso anno sono disastrosi e per il 2014 si punta a migliorarli. In che modo? Svendendo tutto. L'importante è non cessare l'attività commerciale. L'amministratore delegato, vedendo lo sconforto nei volti dei suoi dipendenti, ha deciso di impegnarsi in prima persona nella promozione e divulgazione di strategie di marketing "salva attività in crisi". L'obiettivo è evitare che gli impiegati del centro, giornalmente a contatto con dati catastrofici, siano indotti alla depressione o al suicidio.

AMMINISTRATORE DELEGATO: (legge alle impiegate il catalogo riguardante lo stato delle piccole imprese europee)

Madamine, il catalogo è questo
Delle botteghe che serrò il paese mio;
un catalogo egli è che ho fatt'io;
Osservate, leggete con me.

In Italia seicento e quaranta;
In Alemagna duecento e trentuna;
Cento in Francia, in Turchia novantuna;
Ma in Ispagna son già mille e tre.

V'han fra questi osterie,
boutique, tabaccherie,
V'han bar, macellerie,
ferramenta, pescherie.
E v'han luoghi d'ogni grado,
D'ogni forma, d'ogni età.

A Parigi egli ha l'usanza
Di lodar la gentilezza,
A Berlino la costanza,
A Roma la dolcezza.

Delle enoteche fa conquista
Pel piacer di porle in lista;
Sua passion predominante
È il locale principiante.

Non si picca – s'era ricca,
S'era brutta, s'era attiva;
Purché porti con se l'IVA,
Voi sapete quel che fa.

Due impiegate del Centro di Studi Statistici danno inizio alla loro missione presso una strada di Roma. Si scorge un negozio di abbigliamento, uno di elettrodomestici e un ristorante.

PRIMA. Eccone lì un altro! Che c'è scritto? "Promozioni estive: fino al 40%". Questo lo modificiamo per intero.

SECONDA. La percentuale di sconto potrebbe andare ma c'è bisogno di uno slogan più invitante. Da' qua, facciamo così. (*incolla e legge*) "Non è ancora tempo di scoprirsi! Combatti il freddo: - 90% su tutti gli articoli a manica lunga!". Così va bene. Andiamo avanti.

PRIMA. Ma che c'è di là? Guarda un po'! C'è scritto "Rottamiamo i vostri elettrodomestici usati", in casi come questo bisogna parlare direttamente con il titolare (*Entra e torna subito col padrone del negozio, che è visibilmente molto scosso*).

SECONDA. Stia a sentire, qui bisogna mettersi d'accordo. Questo è un negozio di elettrodomestici e mi dica un po' come mai ha scelto questo slogan promozionale, è stata una bella imprudenza.

TITOLARE. Ma signori, chi se lo andava a immaginare, ora anche io mi sento imbarazzato. Ho scelto questo slogan perché mi sembrava abbastanza sobrio da non ledere all'integrità della clientela..

PRIMA. Dica un po', come vanno gli affari?

TITOLARE. Come vanno gli affari.. – Dio maledica l'economia – però vede qui intorno vive talmente tanta gente che prima o poi ritornerà la clientela.. dovrete avere un po' di comprensione.

SECONDA. Lei non può tener conto di queste cose, caro signore..

TITOLARE. Allora cosa dovrei scrivere per incrementare le vendite?

PRIMA. Non si preoccupi, non le faremo alcun danno: ci pensiamo noi, in quattro e quattr'otto.. in modo indolore.

SECONDA. "Rott-amami: cambi il vecchio e sconti il nuovo. La cucina che desideri al prezzo che sogni . Passa alla rottam-azione: fuoritutto a partire da 2 euro".

TITOLARE. Sì.. ma..

PRIMA. Perfetto! Tutti noteranno la differenza, che ne dice?

TITOLARE. Ah, meraviglioso! Meraviglioso! Faccio cambiare subito l'insegna. Grazie, signore, per il vostro aiuto. Resterà così finché dura la crisi. Per la crisi va bene così. Certo, dopo vorrei..

SECONDA. Arrivederci! È stato un piacere aiutarla, vedrà che adesso gli affari andranno a gonfie vele!

PRIMA. Andiamo avanti!

SECONDA. Guarda là, oggi siamo fortunati. "Menù promozionale: all inclusive 22 euro".

PRIMA. Questo lo copriamo interamente!

SECONDA. Potremmo iniziare con un semplice "Pizza all you can eat"

PRIMA. No no no, tutte queste offerte banali ti stanno forse rammollendo? Bisogna essere più persuasivi! Dai spremi le meningi.

SECONDA. Per prima cosa propongo di mantenere lo slogan in lingua inglese, lo dico per rispetto nei confronti della volontà del titolare.

PRIMA. Ovviamente! I clienti prima di tutto, la loro collaborazione è fondamentale ed è nostra intenzione farli partecipi dei cambiamenti in corso.

SECONDO. Direi: "L'offerta è servita: because we respect your money".

PRIMO. Va bene, ora indichiamo un menù adatto: "Antipasto della casa. Primo a scelta. Secondo a scelta. Contorno a scelta. Dolce a scelta. Amaro a scelta. Caffè. 1lt di acqua e 1lt di vino (a scelta). COSTO: 5 euro". Onesto, no?

SECONDO. Onestissimo!

PRIMO. Ora sarà meglio separarci, tu rimani su questo marciapiede, io vado di là. Adesso bisogna essere risoluti e bisogna portare fino in fondo con coerenza questa azione patriottica in cui ci siamo imbarcate.

SECONDO. Ma se uno, lo sai com'è la gente, ti viene avanti con l'argomento che gli rovini l'esistenza.. se comincia a far la lagna o peggio s'infuria, allora..

PRIMO. Fammi il favore: lo ignori! Oppure replichi dicendo che ci sono in ballo interessi superiori! Allora se ne farà una ragione. La gente è intelligente. Dove si andrebbe a finire se uno si mettesse a parlamentare con tutti..

SECONDA. Ben detto!

PRIMA. E nel caso qualcuno protesti, qualificati come volontario interinale della commissione centrale provvisoria del comitato esecutivo della Lega per il boicottaggio generale della chiusura delle piccole imprese. Addio!

Fine