

TUTTO A UN EURO

Cliente. Buongiorno! Ho visto l'annuncio in vetrina e mi sono detto: questo è un vero affare.

Commesso. Buongiorno a lei, e grazie per la sua visita. In effetti la nostra offerta è imbattibile: vendiamo tutto a un euro.

Cliente. Sì, sì, ho letto. E non me lo faccio ripetere due volte. Lo compro!

Commesso. Che cosa, se mi permette?

Cliente. Come che cosa? Tutto! Ecco qua la mia bella moneta da un euro.

Commesso (imbarazzato). Continuo a non capire. Non penserà di comprare tutto quello che c'è nel negozio pagando soltanto un euro?

Cliente. E come no? È quello che c'è scritto sulla vetrina e che mi ha appena confermato lei stesso: tutto a un euro.

Commesso (sempre più imbarazzato). Sì, ma... quello che vogliamo dire... non è che con un euro si compra tutto.

Cliente. Adesso sono io a non capire.

Commesso. Credo ci sia un equivoco. In effetti la parola «tutto» ammette sia una lettura collettiva sia una lettura distributiva, se così posso esprimermi, e il nostro annuncio assume significati diversi nei due casi. Secondo la lettura collettiva, l'annuncio ha il significato che le attribuisce lei: con un euro si compra tutto quanto, la totalità delle cose

che ci sono in negozio. Nella lettura distributiva, invece, «tutto a un euro» significa che tutte le cose che si trovano in questo negozio sono in vendita a un euro: non tutte insieme, ma ciascuna di loro. Ora, pur riconoscendo questa ambiguità, è ovvio che l'unica lettura plausibile è la seconda, quella distributiva. Come può pensare che un negozio metta in vendita la totalità delle sue mercanzie per un solo euro? Dovremmo subito chiudere i battenti!

Cliente. Come la fa lunga. Avrei dovuto immaginarlo che c'era un inganno. I clienti vengono sempre ingannati!

Commesso. Mi creda se le dico che non volevamo ingannare nessuno. Se lei non se ne fosse uscito con la sua richiesta, la lettura collettiva non mi avrebbe nemmeno sfiorato il cervello. In ogni caso, non le sembra che la nostra offerta sia comunque imbattibile? Guardi questo bel mestolo: conosce forse altri negozi dove lo può acquistare per un solo euro? E questa calcolatrice tascabile? Questo zerbino esagonale? Questa teiera? Questa tenda per la doccia? Questo...

Cliente. Si fermi, non è il caso che mi faccia l'elenco completo delle cose che vendete. Ho capito benissimo. E benché sia deluso per l'affare sfumato (anzi, me lo lasci dire, deluso per l'inganno di cui mi sento vittima) devo riconoscere che anche così la vostra offerta è piuttosto allettante...

Commesso. Praticamente imbattibile!

Cliente. No insista. La parola giusta è «allettante», almeno in certi casi. Per esempio questo set di penne a sfera. Non credo proprio che riuscirei a trovarlo per meno di un euro. Lo prendo! Ecco la mia moneta.

Commesso. Ehm, per la verità il totale farebbe sei euro. Capisce, sei penne, un euro ciascuna...

Cliente. Ma allora è un vizio! Non mi dirà adesso che anche «cosa» è

ambiguo, e che dobbiamo distinguere un uso collettivo (la confezione delle sei penne) e un uso distributivo (le penne singole)?

Commesso. Credo proprio di sì...

Cliente. E allora i cappucci? Per tanto così, perché non mi chiede dodici euro, sei per le penne, e sei per cappucci?

Commesso. Ha ragione! Grazie, non ci avevo pensato.

Cliente. Anzi, guardi, a ben vedere c'è una bella differenza tra il fusto della penna e la cannuccia dell'inchiostro al suo interno. Sono due cose diverse. Perché non mi chiede diciotto euro? Sei per i cappucci, sei per le cannuce, e sei per i fusti?

Commesso. Sì, sì, giusto. Diciotto euro.

Cliente (irritato). Giusto lo dice lei! Secondo me bisogna distinguere anche tra la cannuccia e l'inchiostro che c'è dentro. Per non parlare del becco della cannuccia. E poi la sfera, che è una cosa ancora diversa. E poi c'è la chiusura del fusto, il tappetto che indica il colore dell'inchiostro. Se facciamo bene i conti, ciascuna penna è costituita da ben otto componenti diversi. Sei per otto quarantotto.

Commesso. Ecco, sì, quarantotto euro...

Cliente. Perfetto. Tenga questi cinquanta euro.

Commesso. Aspetti, le do subito il resto.

Cliente. No, tenga pure. Con i due euro che restano compero questi due puzzle per i miei nipotini. Costano un euro ciascuno, giusto?

Commesso. Sì, certo, un euro ciascuno. Grazie.

Cliente. Un momento, fermo! Lei mi vuole ingannare.

Commesso (sempre più confuso). Ma...

Cliente. Niente ma. Sulla confezione è scritto a chiare lettere che questi sono puzzle da mille pezzi!

Roberto Casati e Achille C. Varzi *Il Sole 24 Ore*, 18 febbraio 2018