

# Francesco Locane: la lista della spesa

## Leggi e cerchi la parola esatta



(...) Mentre passeggia per i corridoi, studiando marche e confrontando prezzi, pensa alla ragazza, continuando a cercarla. Accidenti se è **bella/brutta**. E l'ha anche guardato. Insomma, di solito non si guardano le persone così in un supermercato, a meno che non si sia in qualche modo **interessati/disinteressati**. Sorride e scruta l'orizzonte, appena in tempo per vedere la sagoma della ragazza che **appare/scompare** nel settore pasta e riso. La sta tenendo sotto controllo, può stare **tranquillo/stressato**, e tentare anche di comprare ciò che gli serve. Ovviamente gli manca la pasta, ne è **sicuro/insicuro** anche se forse non l'ha scritto. E poi la pasta serve **sempre/mai**, e non scade, no? Imbocca con sicurezza la corsia nella quale dovrebbe essere entrata la ragazza,

e la vede, in fondo, mentre cerca di prendere un pacchetto troppo in **alto/basso** per il suo esile, piccolo, ma splendidamente proporzionato corpo. È la sua occasione.

“Sarebbe così **maleducato/gentile** da aiutarmi, lei che è un bel giovanotto alto?”.

Si gira, ma non vede **nessuno/tutti**. Guarda in basso. Una vecchina **enorme/minuscola**, ma veramente piccolissima, indica con il suo braccino smunto una confezione da due chili di penne rigate posata su uno scaffale, un metro abbondante sopra la sua testa. Lui esamina il pacco di pasta, poi la vecchina. Prima di allungarsi tenta il gesto **sfacciato/moderato**, e si volta verso la ragazza. Lei lo sta osservando dall'altra parte della corsia, e ha un sorriso **tenero/duro**, meraviglioso. Si imbarazza e rivolge subito il suo sguardo al pacchetto in alto. Vorrebbe andare da lei, ma non può piantare in asso la signora.

“Certo signora, vuole le penne?”, dice alla vecchietta, sfoderando un sorriso **smagliante/opaco** e obliquo. La signora pare non esserne ammaliata, continua ad agognare il pacco di pasta confezione risparmi.

“Non lo so, secondo lei queste sono buone?”

*E che cazzo ne so, pensa. Deciditi e basta, rompipalle.* Ma deve continuare a sorridere. Deve essere gentile, come lo sarebbe con l'**adorabile/insopportabile** nonna della splendida fanciulla che, ne è sicuro, lo sta tenendo d'occhio. Frema dal desiderio di voltarsi, ma sarebbe una mossa sbagliata. Tiene lo sguardo in basso, molto in basso, verso la vecchina.

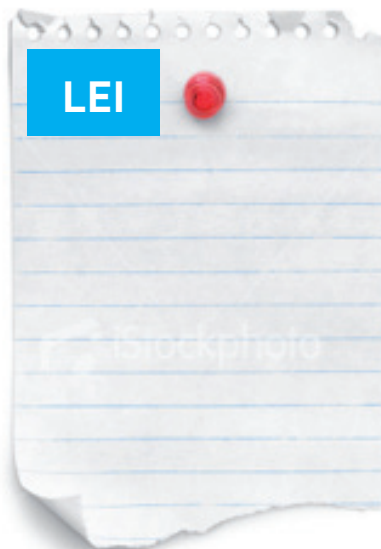
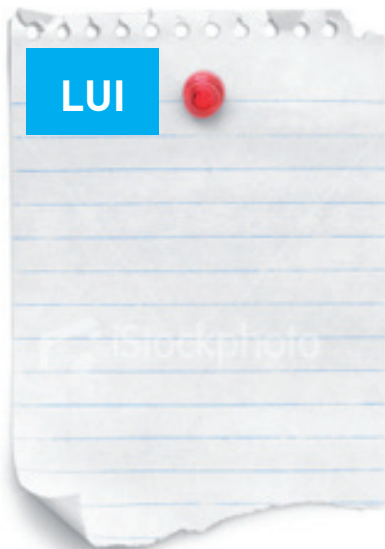
“Secondo me sì, io le compro sempre. Gliel prendo?”. La signora rimane con gli occhi verso l'alto per qualche secondo, un po' su di lui, un po' sul pacco di penne, tanto che sembra **decisa/indecisa** se comprare un bel giovanotto alto o della pasta di semola di grano duro. Lui sfrutta la stasi della vecchietta per voltarsi di nuovo. Orrore. Una scena **simile/diversa** si sta svolgendo dall'altra parte della corsia. Anche la ragazza ha chiesto aiuto a un'altra persona, ma senza rispettare la specularità della situazione. Non sta parlando con un vecchino **smunto/paffuto**, ma con un ragazzo alto e moro, e gli sorride anche, mentre lui si estende fino ad altezze impensabili, apparentemente senza fatica, per raggiungere ciò che lei desidera comprare. Sta per mandare a quel paese la vecchietta, quando finalmente quest'ultima scioglie i suoi dubbi.

“Ma sì, le prenda, grazie”, dice con un sospiro.

(Francesco Locane, *La guerra in cucina*, Eumeswill, 2009)



Alla fine del racconto, i due si incontrano alla cassa. Ecco il contenuto dei loro carrelli, ma i prodotti sono mescolati: scrivi nella lista esatta



Secondo te, come finisce la storia?

www.corsoitalianoverona.it

## Chi è Francesco Locane? Scrivi le parole al posto giusto

alfabeticamente - libri - identità - concerti - medicinali - musica - dischi - settimana



Sono nato a Gorizia nel 1978, vivo a Bologna dal 1996.

Sulla carta di \_\_\_\_\_ c'è scritto giornalista, e in effetti un po' lo sono. Ma ho insegnato, fatto indagini telefoniche, gestito un ufficio stampa e scritto praticamente qualsiasi cosa, a parte le istruzioni dei \_\_\_\_\_.

Lavoro in radio: mi occupo di \_\_\_\_\_ e di pubblicità; di pomeriggio conduco un programma radio che si chiama Maps (<http://www.radiomaps.it/>).

Ogni tanto metto i \_\_\_\_\_ qua e là.

Vedo almeno due film alla \_\_\_\_\_ e ne parlo e scrivo a Seconda Visione (<http://secondavisione.wordpress.com/>).

Vado spesso a \_\_\_\_\_.

I miei dischi sono ordinati \_\_\_\_\_ (e questo genera grasse risate e perplessità).

I miei \_\_\_\_\_, no.

I miei film, sì.

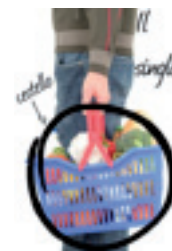
Se volete scrivermi, usate la mia gmail: adayblog.

<http://francescolocane.wordpress.com/>

# Consigli per single: come rimorchiare al supermercato

I supermercati sono pieni di single in cerca di una (mono)porzione d'amore. Ecco i consigli per imparare a riconoscerli e a conquistarli partendo da quello che c'è nel loro carrello.

[www.donnamoderna.com/salute/Single-e-coppia/consigli-per-single-come-rimorchiare-al-supermercato#dm2013-su-titolo](http://www.donnamoderna.com/salute/Single-e-coppia/consigli-per-single-come-rimorchiare-al-supermercato#dm2013-su-titolo)



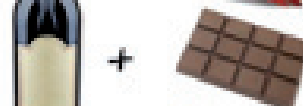
Osserva e descrivi la spesa di queste persone...



L'uomo occupato

Il single per caso

Il separato



Il single per scelta

Il single fuori mercato

Il Dongiovanni



... chi rimorchi tra loro? Come?



[www.corsoitalianoverona.it](http://www.corsoitalianoverona.it)

## Nutella, la Ferrero ordina alla blogger di cancellare la Giornata mondiale

*Sara Rosso 6 anni fa ha inventato il World Nutella Day (5 febbraio). Ora si dice obbligata a chiudere.*

Non potrà più parlare di Nutella su internet, né festeggiare ogni 5 febbraio la Giornata mondiale dedicata alla crema di nocciole. Lo ordina proprio la Ferrero, la casa che produce Nutella. Si tratta di una blogger americana, Sara Rosso, che gestisce dall'Italia un blog dedicato al cibo e uno, più particolare, a tema.

**LA GIORNATA E L'INGIUNZIONE** - Nel 2007, per un amore incondizionato verso il prodotto, ha creato il World Nutella day, con tanto di diario dedicato. Ma da qualche giorno sulla homepage del blog campeggia un messaggio: «Il 25 maggio 2013 (sabato, ndr) oscurerò il sito della Giornata mondiale della Nutella, e ogni presenza sui social media (Facebook, Twitter) in conformità al decreto ingiuntivo ricevuto dagli avvocati che rappresentano Ferrero Spa (produttori della Nutella)».

**LA GIORNATA** - Il Wnd era diventato una giornata globale, almeno sul web, in cui gli appassionati si sbizzarrivano in fotografie e ricette a tema. Ma il problema è nel logo e nel nome. Rosso ha ammesso che l'ingiunzione è arrivata a sorpresa «ed è stata una delusione», perché nell'arco dei sei anni di vita della Giornata non erano mancati contatti con dipendenti della società italiana, e che spera «che non sia un addio definitivo al World Nutella Day, per amore dei fan, e che la Giornata possa continuare a esistere in un modo o nell'altro nel futuro».



**LE RICETTE** - Sul sito al momento sono presenti collegamenti a centinaia di ricette provenienti da tutto il mondo, dai biscotti alle crêpe, fino alle ricette salate, dalla pizza all'enchilada (scegliendo a caso, ecco l'enchilada di pollo con salsa messicana alla Nutella).

**I FAN E LA «CREMA CHE NON VA NOMINATA»** - Tutto frutto, garantisce Rosso, della devozione di una fan e niente più. «Spero che il 5 febbraio viva ancora nei vostri cuori, e sui vostri cucchiari, e spero che sia unarrivederci e non un addio», conclude Rosso con i due termini in italiano nel post in inglese. Su Twitter la pagina @NutellaDay raccoglie circa 7.000 fan, su Facebook gli amici sono più di 39.000. E su entrambi i social network, in stile Harry Potter, i fan propongono di battezzare il 5 febbraio «Giornata della crema che non deve essere nominata». La Ferrero Spa, nella giornata di lunedì, non è stata raggiungibile per commenti.

20 maggio 2013

## Stimolare i 5 sensi fa comprare di più

Gli strateghi del merchandising per catturare l'attenzione del cliente puntano a stimolare i 5 sensi. Ecco le tecniche più utilizzate.

**Vista.** È il senso più importante per determinare un acquisto. Si usano, in genere, tinte pastello per infondere nel cliente calma e tranquillità e colori più aggressivi e accesi per evidenziare una promozione. Molto importante anche l'illuminazione: nelle corsie centrali e all'ingresso è molto intensa perché la luce forte fa crescere gli acquisti di impulso; nel banco della macelleria si ricorre a un neon appena rosato per mantenere la sensazione di freschezza della carne.

**Gusto.** Subito dopo la vista è il senso che indirizza di più gli acquisti. Di solito non è necessario stimolarlo nel cliente perché basta il semplice ricordo di un buon sapore per indurre a comprare. Di certo, però, i banchetti con assaggi gratuiti riscuotono sempre successo.

**Olfatto.** Un odore resta impresso nella mente per lungo tempo, anche se in modo inconscio. E quando viene percepito di nuovo ci fa tornare nel contesto in cui l'abbiamo sentito per la prima volta. Capito perché in molte aree di vendita vengono diffusi profumi caratteristici che ricordano atmosfere tipiche legate alla merce esposta?

**Udito.** Per trattenere il cliente all'interno del negozio il più possibile, si fa in modo di rilassarlo e rallentarne il tragitto ricorrendo a musiche lente e nostalgiche.

**Tatto.** Una donna che prende in mano una confezione ha 83 probabilità su 100 di comprarlo. Ma è un modo di valutare un acquisto valido soprattutto in reparti come l'ortofrutta, dove infatti è possibile saggiare direttamente il prodotto. Solo per farsi un'idea: il 95% dei frutti toccati finisce nel carrello della spesa.