

aTTUALITÀ

Intervista a *Valeria Brignani*

L'arte raffinata di fare la spesa tra le sottomarche

Quella di arrivare a fine mese è un'arte che ognuno affina da sé, in questi tempi di fine impero. Arrivare al giorno 30 quasi incolumi è una sapienza che stiamo disseppellendo, volenti o nolenti, per riportare in auge concetti come oculatezza, morigeratezza, finanche rinuncia. Tutto ciò senza cadere in depressione, per carità. Prendiamo la spesa alimentare, una delle uscite più consistenti nel bilancio delle famiglie (anche mono) italiane. È possibile adattarsi ai "nuovi" costumi con lo stesso spirito avventuroso e intelligente che ha animato la varesina Valeria Brignani nella creazione di «Discount or die», prima blog ora libro edito da **Nottetempo**. «Essere tirchi è rivoluzionario», scrive Brignani nel suo arguto libello, un faro che illumina la galassia dei discount, zeppo di informazioni e aneddoti e necessario per imparare a diventare consumatori scaltri (sono le nostre scelte a fare il mercato) e anarchici (sono io che scelgo, non lo fanno i marchi per me).

Valeria, perché nasce il blog e come diventa un libro.

«Tre anni fa, per caso. Tutto è cominciato con le Domeniche Uncut, cineforum tra amici che prevedevano anche grandi scorte di cibo per completare le serate di film e chiacchiere. Nutrire amici che pesano 90 chili obbliga verso i discount. Lì la prima scoperta sono state le birre, buonissime, che costano meno di un euro al litro. Sono importate dalla Germania, dove, a differenza di qua, sono rinomate. Col tempo la spesa è diventata un pretesto per sperimentare, ma è stato un corso di scrittura creativa e pubblicitaria a farmi venire l'idea di aprire un sito in cui condividere queste scoperte con tanto di voti e recensioni. Al corso, infatti, ho capito qualcosa di più del mercato, ho imparato che il consumatore è in crisi e diffidente, più consapevole rispetto al passato, desideroso di informarsi, soprattutto in internet, prima dell'acquisto. Perché, mi sono chiesta, non dargli qualche strumento in più?».

In effetti il libro è centrato sui tempi.

«Sì, anche perché è ancora molto diffusa un'abitudine: quella di vergognarsi di spendere poco, di autoconvincersi che

spendere tanto ci faccia vivere meglio. Ma nella maggioranza dei casi non facciamo altro che pagare l'effimero, il sogno».

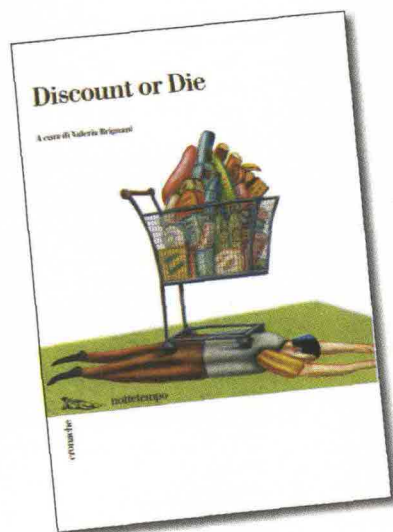
Dietro «Discount or die» c'è una filosofia di vita.

«Non sono nutrizionista, né medico. Tutto nasce da un'esperienza personale ed è inserito in un contesto di divertimento e superficialità. Però un messaggio lo lancio: non facciamoci prendere in giro dal concetto del più spendo meglio vivo. Tanto più che i pregiudizi legati a tutto quanto è low cost, a basso prezzo, sono scalzati ogni giorno dagli scandali che coinvolgono i prodotti di marca. Senza approfondire il lato oscuro della Barilla, voglio dire che al Lidl vendono ottimi prodotti, ma anche di scarsa qualità. L'importante è saperlo».

Chi acquista solo biologico potrebbe storcere il naso.

«È vero, la sensibilità bio è arrivata tardi nei discount, ma è arrivata. Todis, un discount polacco aperto a Venegono, sotto casa mia, è molto diffuso in sud Italia, per esempio è attento alle esigenze di chi segue diete vegetariane e vegane. Io, che non mangio carne, né pesce sono stata contenta di scoprire al Penny Market una pasta sfoglia che non ha grassi animali. Anche la Coop svizzera propone una linea per vegetariani e vegani a prezzi normali».

Ma la spesa la fa solo nei discount?



È un diario collettivo e scanzonato «Discount or die», il libro della scrittrice varesina che nasce da un blog e che riunisce considerazioni, aneddoti e consigli per gli acquisti a basso prezzo. L'intento? Scardinare il pregiudizio che ci vuole soddisfatti solo se spendiamo tanto. E inventare il nuovo consumatore, scaltro e anarchico

«No, verdura, frutta fresca e olio li acquisto insieme con la mia famiglia. Mia madre fa arrivare dalla Basilicata verdura e frutta. Qua non è facile trovarla tanto buona».

Qual è il suo supermercato preferito e il prodotto cui non rinunciare mai?

«Tra Penny Market e Lidl è un bel match. Del primo apprezzo la sensibilità, del secondo le settimane a tema: quella toscana, quella indiana... E dunque i continui rifornimenti di cibi diversi, la varietà. Inoltre entrambi vendono anche prodotti di marca ma a prezzi più bassi. E poi c'è Eurospin con i suoi buonissimi biscotti della linea Dolciando & Dolciando: le Gocce al Cioccolato non hanno nulla da invidiare alla famosa Gocciola. E non rinuncierei mai alla birra: la Menabrea è ottima e ha prezzi abbordabili perché non fa pubblicità. In linea di massima all'Eurospin acquisto le scure e l'olandese Oranjeboom, al Lidl trovo ottima la tedesca Grafenwalder».

E invece i prodotti più scadenti?

«Tutti i superalcolici, forse perché non mi piacciono. Anche con quelli di bellezza bisogna stare attenti».

Ci prepara un pranzetto made in discount?

«Proprio di recente ho inaugurato sul sito la sezione ricette. Per ora ce ne sono poche e la prima me l'ha mandata mia madre, è la torta che si fa in cinque minuti e costa tre euro. Dunque cominciamo dal dessert: serve pan di Spagna già fatto, budino alla vaniglia e frutta tropicale sciropata. Si spalma il budino tra una fetta e l'altra



Valeria Brignani fotografata da **Samuela Iaconis**. La scrittrice, 30 anni l'8 novembre, ha debuttato nel 1985 con «Casseur», ha lavorato nel sociale (l'unica volta che è stata assunta regolarmente) e anche per un giornale locale. Oggi è disoccupata, sta scrivendo un giallo (un altro romanzo già pronto è in cerca di "casa") e si prende cura del sito Discount or Die, che ha ormai ha tre anni ed è un bell'impegno, visto che il link creato con la trasmissione radiofonica Caterpillar ne ha moltiplicato gli accessi. È in partenza per l'amato Giappone, Paese che sarà al centro di un originale manuale

Ridurre i consumi mensili, bilanciare entrate e uscite e trasformarsi in consumatori attivi, liberi dai brand. È il periodo storico che lo richiede e potrebbe essere anche divertente perché non ci sono regole fisse e ognuno può valutare cosa e come cambiare tenendo alta la qualità della vita. In molte città d'Italia, si leggeva il 22 settembre su «Repubblica», sono già partite iniziative diverse. A Bologna, per esempio, si fanno le spese collettive col progetto Confabitare, a Milano ci sono i corsi sulle «compere consapevoli», mentre a Torino c'è l'outlet delle ripetizioni per gli studenti.

di pan di Spagna e ci si spezzetta la frutta sciropata. Sopra tutto un'altra spalmata di budino e di nuovo frutta, questa volta intera. Per quanto riguarda il piatto forte ne propongo uno unico: la vellutata di ceci e gamberi. La marca Campo Largo del Lidl vende legumi davvero buoni a 29 centesimi al barattolo, mentre i gamberi sono

quelli piccolini che si trovano nel banco dei surgelati. Ceci e parte dei gamberi vanno passati al frullatore con un poco di panna, o di brodo vegetale. Altri gamberi si ravvivano sul tegame con un filo d'olio e poi si mettono sopra la vellutata a mo' di decorazione. E buon appetito».

Cristiana Castelli