



"Come stai, Livio?" - la voce dell'Amministratore Delegato Ing. Pagano era pericolosamente suadente. La risposta migliore che il Direttore Marketing Dr. Livio De Nutis riuscì ad abbozzare fu un sorriso imbarazzato, con una vaga sfumatura ebete. "Tutto a posto con Luisa?" - continuò Pagano mentre De Nutis reprimeva a stento l'insofferenza per le incursioni nel suo mondo familiare - "Ti maltratta sempre? E tua figlia, quella bambina bellissima alimentata solo con pile Duracell, è ancora così capricciosa?" Una versione leggermente più disinvolta del sorriso precedente intese rassicurare Pagano sul fatto che nulla fosse cambiato rispetto all'unica occasione in cui, per puro caso, si era verificata una sovrapposizione tra aziendale e privato. Quella settimana al villaggio era stata un vero tormento. Luisa, la già citata consorte di De Nutis, aveva stretto una immediata amicizia con la seconda moglie dell'Ingegnere Pagano. Quando Livio li aveva visti in coda alla reception per il check in avrebbe voluto tornare indietro o morire, ma sua moglie aveva subito escluso entrambe le ipotesi, trovando, neanche a dirlo, la cosa "divertente". Individuando nelle nevrosi fobico-ossessive del marito l'unico vero problema da risolvere, con tanto di impropri a corollario. La cosa, comunque, continuava a preoccupare non poco il Direttore Marketing, che continuava a mettere in guardia la moglie: "Non esagerare con l'intimità. Io so bene come vanno certe cose e conosco certi personaggi. Sembrano alla mano, ma in realtà sono arroccati dietro i propri pregiudizi di potere, e appena in buona fede ti lasci un po' andare, ti stroncano, ti bollano come "parvenue che si prendono troppe confidenze" e ti disintegrano con il laser della freddezza". "È evidente che soffri di nevrosi fobico-ossessive" - quando lo guardava Luisa si sentiva sempre un po' psicanalista e rieducatrice - "Peccato, hai una bella testa ma non te ne accorgi. Preferisci continuare ad interpretare Fantozzi. Peggio, Fracchia" Tutto vero, pensò Livio tra sé e sé. In realtà non temeva tanto gli eccessi di frequentazione, quanto piuttosto il rischio, o la certezza, di dover assecondare Pagano nelle sue scorribande notturne. Con la scusa di un "drink tra uomini" a tarda sera, una volta accompagnate in camera moglie e figlie assonnate e svogliate, l'A.D. trascinava Livio in discoteca, luogo nel quale perdeva ogni freno inibitorio e passava al setaccio l'intera popolazione femminile, abbandonandosi ad apprezzamenti da osteria e comportamenti

conseguenzialmente coerenti. Pagano, per De Nutis, sarebbe stato il testimonial ideale per una campagna di promozione del turismo sessuale nei paesi sottosviluppati. Lo avrebbe utilizzato proprio così: capello bianco "da ricco", camicia bianca sguaiatamente aperta sul petto perennemente abbronzato, pantaloni rossi da manager in vacanza, Rolex Daytona e portafoglio rigonfio. Perfetto. Ora però lo guardava dritto negli occhi, e la cosa non gli piaceva affatto. I preliminari erano finiti. "A che punto siamo con la campagna?" De Nutis si riprometteva, ogni volta, di non deglutire in modo così evidente per non manifestare più di tanto il proprio imbarazzo. Puntualmente deglutì, come ogni volta. "Le agenzie ci stanno lavorando. Non è che abbiamo prodotto capolavori graffianti, fino ad ora, "." Quando era a disagio in queste situazioni Livio scaricava per intero l'onere sull'agenzia. Ma prendeva solo in giro se stesso. Sapeva perfettamente che in caso di disfatta sarebbe stato l'unico capro espiatorio. "Prendili per le palle e falli sgroppare. Andiamo in Consiglio tra due settimane" De Nutis pensò all'infarto come prospettiva imminente. "Due settimane?" - si fermò giusto in tempo. Avrebbe voluto aggiungere "ma se siamo ancora a zero"" Dovette usare una feroce violenza su se stesso per recuperare un apparente contegno professionale. "Non dovevamo portarla il mese prossimo?" "L'azionista ha cambiato idea. Gli altri prodotti sono tutti maturi o in declino. Il magazzino scoppia, i sindacati sbraitano. Serve una novità che ci svecchi l'immagine e ci faccia guadagnare, e serve subito. Una mucca da mungere, con grandi mammelle". Proprio non sapeva resistere alla tentazione del doppio senso. "Datti da fare, Livio. E mi raccomando: niente volgarità, niente idee bizzarre, niente linguaggi allusivi. Sai che abbiamo amici potenti in Vaticano e all'Opus Dei. La tua campagna - l'accento era su "tua", quasi a ribadire, per quanto superfluo, il concetto di responsabilità individuale - deve piacere anche a loro" Il battito cardiaco del Direttore Marketing andava troppo veloce per essere misurato. Il parossismo, in tutte le sue manifestazioni, si impadronì di lui. Sapeva che non lo avrebbe abbandonato, neanche un attimo, per quelle due settimane. Lunghissime e brevissime. Sapeva che sarebbe diventato insopportabile con i collaboratori, arrogante o mendicante con le agenzie, irrilevante in famiglia. Quella sera, tanto per cominciare, uscì dall'ufficio alle dieci. Provò a fare piazza pulita di tutto il resto, per concentrarsi sulla campagna, solo sulla campagna, nelle due settimane seguenti. 336 ore, 20.160 minuti, tutti da vivere, occasionalmente interrotti da qualche pausa concessa ad un sonno irrequieto e senza sogni.