

# ORGOGLIO & STORY-BOARD

## IX puntata

Il Direttore Marketing Dr. Livio De Nutis aveva giocato davvero l'ultimo jolly a sua disposizione. L'Amministratore Delegato Ing. Pagano gli aveva concesso una dilazione di "dieci giorni non più di dieci mi raccomando", ma allo scadere dell'ultimatum la campagna per il lancio della nuova monovolume avrebbe dovuto essere sul suo tavolo. Era stata una richiesta piuttosto mortificante, perché De Nutis l'aveva vissuta, come sempre, come una ammissione di inadeguatezza. Inoltre sapeva bene per esperienza diretta che ogni rinvio determinava in automatico un ulteriore, pericoloso rialzo di aspettative già abbastanza elevate. Meglio feriti che morti, comunque. Nel frattempo, ad ogni buon conto, la lettera di dimissioni era già pronta: faceva capolino di tanto in tanto dal primo cassetto della scrivania, occhieggiando velenosa. Roberto Brambilla era la sua carta della disperazione. L'assunzione pluriventennale di dosi massicce di ogni genere di sostanze stupefacenti aveva contribuito a rendere ancora più anarchici i suoi pensieri e più imprevedibili le traiettorie terminali dei suoi sragionamenti, ma De Nutis era fiducioso. Roberto, del resto, non lo aveva mai deluso. Mai una proposta scontata, mai una soluzione troppo autocelebrativa, autoreferenziale, mai disinvolti manierismi, eccessi formali, funambolismi verbali finì a se stessi. Se da un lato le sue idee erano il frutto di stati evidenti di alterazione mentale, dall'altro riuscivano a coniugare due obiettivi spesso inconciliabili: mantenere un profilo coerente con il posizionamento strategico dell'azienda, sedurre il consumatore sul piano emozionale generando curiosità, interesse, perfino proattività nei confronti del prodotto pubblicizzato. Da quale direzione l'energia creativa lo raggiungesse e utilizzando quali fari potenti riuscisse a penetrare la spessa coltre di nebbia dalla quale era perennemente avvolto, non era dato sapere. Di certo non aveva mai frequentato master e corsi di specializzazione, era a digiuno di manuali e breviari scritti dai guru e dai santoni pubblicitari di turno, era schivo ed appartato, estraneo ai riti quotidiani ed omologatori dei comunicatori a la page. Lo si poteva senz'altro considerare un oscuro pensatore illuminato. In passato De Nutis era stato financo sfiorato dall'idea di farlo assumere nel suo ufficio, per dar vita ad uno staff creativo interno permanente che delegasse all'esterno solo le attività di produzione e il media, planning e buying. Sarebbe stata una scorciatoia che lo avrebbe liberato definitivamente dallo

stress di un dialogo sempre più faticoso con creativi intolleranti, lenti e affetti da manie di grandezza? La scorciatoia era stata subito abbandonata per oggettive ragioni di ordine pubblico: Roberto aveva un aspetto terribilmente trasandato ed una concezione personalissima dell'igiene, ma soprattutto non conosceva né l'arte della diplomazia né tanto meno l'ipocrisia, requisiti - questi ultimi - ormai indispensabili per la sopravvivenza nelle aziende moderne di ogni dimensione e latitudine. Alla fine aveva preferito optare per una soluzione di compromesso, che lasciava in piedi il rapporto con l'agenzia storica ma non gli precludeva - in caso di necessità - l'utilizzo di Roberto nelle vesti di free-lance. La presenza dell'account executive dell'agenzia, in simili situazioni, aveva un valore puramente formale: il briefing, se di briefing si poteva parlare, veniva somministrato in mezz'ora attraverso un codice di comunicazione fatto più di sguardi e di silenzi che di parole. I due si capivano subito. De Nutis non consegnava nessuna ricerca quali-quantitativa, nessun rapporto preliminare, nessun focus di mercato: solo una striminzita pagina A4 che Roberto avrebbe fatto penzolare dal soffitto della suo studio-caverna, rivolgendole uno sguardo ogni tanto. De Nutis sapeva anche che se c'era una cosa che faceva ammattire davvero Brambilla era l'ansia, il tormento asfissiante del cliente in attesa di novità. Dominando pertanto la propria innata propensione al pressing, Brambilla mise il silenziatore alle sue angosce. Si limitò ad aspettare. E a pregare. Roberto Brambilla era particolarmente pericoloso nelle occasioni ufficiali, perché quando era convinto della validità delle sue scelte non amava essere contraddetto, e sapeva dimostrarlo anche con i fatti. Le critiche di De Nutis erano le sole alle quali riconosceva diritto di cittadinanza, perché non erano mai figlie del pregiudizio. Nei suoi confronti Roberto provava una speciale ammirazione. Anche a quella ammirazione stavano aggrappate le ultime speranze di De Nutis.