

# ORGOGLIO & STORY-BOARD XI puntata

- Ma siamo impazziti? Non se ne parla nemmeno. Qui non si tratta di coraggio ma di incoscienza allo stato puro. Dico, li avete mai guardati in faccia i signori del Board? Chiedetemi di offenderne pubblicamente le mogli, di aprire la seduta invitando le loro figlie minorenni ad un coca-party con Kate Moss o i figli prediletti ad un week-end a Mikonos con Marilyn Manson, ma questo no. La scelta più trasgressiva che hanno compiuto in vita loro è stata quella di indossare una cravatta regimental. Sono più abitudinari di un autistico, più prudenti di un fobico ossessivo, durante i temporali vorrebbero girare con un parafulmine sulla testa e investirebbero qualunque cifra per la sperimentazione del primo vaccino contro il Rischio. Voi vi divertite a fare i ribelli, gli anarchici del pensiero che sognano di sovvertire l'ordine mentale costituito, ma siete al riparo, invisibili, comodamente seduti dietro la mia faccia e il mio deretano. Io sono il vostro passamontagna da black bloc, lo stuntman a cui far girare tutte le scene aziendali pericolose. Con gli anni il Direttore Marketing Livio De Nutis aveva imparato a districarsi tra le apparenze e ad interpretare a colpo sicuro i metamessaggi dell'Amministratore Delegato Ing. Pagano. Nonostante il fuoco di sbarramento eretto con le parole, il lay-out della campagna di lancio della nuova monovolume gli era piaciuto moltissimo. Dentro di sé provava, anzi, la fortissima tentazione di far planare sul sontuoso tavolo del Board proprio la soluzione più estrema tra quelle partorite dalla mente psichedelica di Roberto Brambilla. Per sfinimento ed esasperazione, per propensione inconscia verso le discontinuità, ma anche per via di una apprezzabile dotazione di lucidità strategica. Su quest'ultimo aspetto De Nutis sapeva di dover fare perno. E su una punta di orgoglio sopravvissuto sotto catoste di compromessi ed equilibrismi tattici. Era convinto che Pagano avrebbe finito per presentare la campagna nella sua versione hard, ma che servisse un ultimo, irresistibile stimolo in tal senso.- Ingegnere, Lei sa che nonostante tutto neppure io, nel mio piccolo, sono uno scriteriato irresponsabile. La macchina, qui a quattr'occhi ce lo possiamo dire, è oggettivamente mediocre. La sua sorte commerciale è comunque segnata, a meno che... - A meno che... - Intendo dire che non abbiamo nulla da perdere. Tanto vale giocare la carta della disperazione consapevole. Ci mancherebbe anche che un domani, dalla Casa madre, qualcuno ci rimproveri per non aver

## Orgoglio & Story-board.

Di Vittorio Correale

Lunedì 28 Novembre 2005 18:34

---

osato abbastanza. Lei mi insegna che glielo rinfaccerebbero con disinvoltura anche le mummie imbalsamate del Board che oggi scambiano gli starnuti per colpi di kalashnikov. La descriverebbero come un opaco manutentore, un sacerdote dell'ordinaria amministrazione. E invece... Invece cosa?- Lei può passare alla storia dell'Azienda come un autentico innovatore. Dietro le loro chiusure ci sono solo insicurezze. Se mi posso permettere... - Fai pure, tanto ormai siamo al capolinea... - Io al suo posto non cercherei di mediare, non mi invischierei in sterili tentativi di negoziazione. Mi farei dare carta bianca, assumendomi la piena responsabilità, o meglio quelle responsabilità che le loro incertezze tengono a debita distanza. In fondo gli risolverà un problema, chiedono solo di non decidere o che qualcuno lo faccia per loro. Se li ascolterà con attenzione i loro silenzi imbarazzati e sprezzanti suoneranno come un grazie. Glielo dica, con il suo garbo ma a muso duro, che questa è una macchina che devono comprare i giovani e non le loro bisnonne appassionate di uncinetto. Tre giorni dopo la pesante porta di noce della Sala del Board si chiudeva silenziosa alle spalle dell'Ing. Pagano e del Direttore Marketing Dr. Livio De Nutis. Quest'ultimo, sotto il braccio, portava le stampe laser a colori della campagna. Dodici paia di occhi gelidi e inespressivi li stavano ad ascoltare.