

ORGOGLIO & STORY-BOARD

XXIII puntata

Dalla Casa Madre i primi segnali furono interlocutori. Minimizzare, circoscrivere, ridimensionare, smorzare i toni. Facile, pensò il Direttore Marketing Livio De Nutis, quando si ha il deretano comodamente appoggiato su una sontuosa poltrona in pelle con vista sul verde lancinante dell'Oxfordshire. Troppo facile, pensò, strascicare un armamentario di ovvietà tanto irresponsabili mentre la segretaria ti versa il tè e ti chiede speranzosa "Dottore, se non ha più bisogno di me, per stasera andrei...". "Ma porca puttana, John, ti rendi conto di quello che dici? E poi basta, basta, te lo chiedo per pietà, con questo Eraclito e il suo "panta rei"! Lo vorrei proprio vedere, il tuo filosofo relativista, mentre parla con i clienti esasperati, con la bocca prima piena dei suoi luoghi comuni che non reggono e subito dopo svuotata di qualche dente da un bel gancio destro portato a bersaglio da una mano inanellata ... Credi che relativizzerebbe ancora nell'astanteria dell'ospedale?" "Ma dai, Livio, vedrai che tutto si sistema.... bisogna solo far passare la buriana...." "Tu sei pazzo, John, un pazzo pericoloso, ed evidentemente non conosci affatto gli italiani. L'homo italicus ha un unico, incoercibile desiderio di fondo: fare il furbo a spese del prossimo. Ma, soprattutto, vive una sola terribile frustrazione: avvertire il benché minimo sentore che qualcuno possa fare il furbo a sue spese lo rende estremamente irascibile, no, di più, incontenibile...." "Tu esageri..." "Esagero? Forse sarebbe il caso che prendessi il tuo aereo privato per atterrare finalmente nella realtà. Perché non vieni a visitare di persona la mostra di arte contemporanea che ha preso vita spontaneamente sul muro esterno della nostra Direzione Generale? Da qualche giorno a questa parte si moltiplicano le simbologie di ispirazione fallica, talune anche di fattura pregevole, di solito associate al nome del nostro Amministratore Delegato, che riversa su di me tutto il suo entusiasmo contagioso per la bella operazione d'immagine..." "Erano mesi che De Nutis pregustava la partita dell'Italia di stasera. Saltata, come tutto il resto. Certo c'erano problemi molto più gravi, il 40 % degli acquirenti della monovolume aveva telefonato per lamentarsi dei problemi al pistone e allo spinterogeno e minacciare le vie di fatto, forze oscure avevano messo in moto un procedimento per pubblicità ingannevole davanti al Garante,.... Ma saltare la partita rendeva il tutto ancora più amaro..." "Ascoltami John, ti racconto quest'altra storiella, forse ti aiuterà a capire meglio la

Orgoglio & Story-board.

Di Vittorio Correale

Giovedì 15 Giugno 2006 12:00

situazione. C'era una volta un nobile signore di Caserta, che aveva comprato la nuova monovolume. Dopo un mese la macchina si fermò, di colpo. Il cliente allora chiamò il contact center della casa automobilistica, ma ricevette soltanto generiche rassicurazioni. Certo, le operatrici avevano frequentato corsi avanzati di crm, ma alla prova dei fatti il nostro amico non rimase del tutto appagato. Si sentì, anzi, irriso e preso in giro. Ritenne pertanto opportuno industriarsi, sacrificarsi, al punto di trascinare a spinta la vettura fino al punto più alto della città. Fece ricorso a qualche nozione alla buona di fisica empirica per calcolare la traiettoria ottimale e di lì la lanciò a folle in una folle corsa contro le vetrine della concessionaria.....""Impressionante... ""Oh sì, John, impressionante.... Voi vivete una versione edulcorata dell'esistenza aziendale, una specie di soap opera in cui il problema più grave è la scelta del colore del parquet. Per carnevale ti chiederò di prestarmi il tuo vestito da struzzo, ma qui noi abbiamo un problema, e serve una terapia d'urto, al più presto. Se riprendi conoscenza te ne parlo..."