

ORGOGLIO & STORY-BOARD

XXXII puntata

Il Direttore Marketing Livio De Nutis si accomodò con un certo impaccio sul lettino dello psicanalista. Il Prof. Meandri era uno strizzacervelli efficace ma a dir poco sui generis: poco Jung, niente Freud, parecchi vaffanculo e, al momento giusto, un paio di ceffoni ben assestati.- Mi parli un po' di sé, per cominciare...- Ci sarebbe molto da dire, ma credo che la cosa più giusta sia partire dalla mia attuale condizione: le ore di sonno si sono ridotte da otto a una, il mio ultimo sorriso in ambiente di lavoro è conservato come una reliquia nel Museo aziendale, vivo il marketing e la comunicazione come una ossessione monomaniacale...- Mi faccia qualche esempio...- Ho chiamato il cane Kotler, il gatto Brand e il pesce rosso Awareness. Per vezzeggiare la mia bambina spesso ricorro al nomignolo GRP... Utilizzo la matrice del Boston Consulting Group anche per scegliere il vino rosso al supermercato ... Ma per la verità da un po' di tempo c'è qualcosa che mi preoccupa ancora di più, molto di più...- Sputi il rospo...- Mia moglie ...- ...sua moglie?- Ha una tresca... Ormai non è più solo un sospetto...- Da cosa lo deduce?- Le racconterò tutto, anche se per la verità mi vergogno un po'... Ho fatto una cosa scorretta, ma tutti quei messaggi che riceveva sul telefonino, a tutte le ore del giorno e della notte, mi laceravano di gelosia... così di nascosto ne ho letti un paio...- Contenuto?- Incomprensibile, sulle prime... Poi ho cominciato a intuire qualcosa. C'erano oscuri riferimenti a vetrine infrante, multinazionali assassine, capitalisti sfruttatori con le mani che grondano sangue, si inneggiava al pauperismo e alla prossima rivoluzione: la demarketingizzazione della società... - Non mi dica che...- ...si è invaghita del leader dei no logo (quel francese, Pierre, che a dire il vero a me era sempre sembrato piuttosto frocio ...) e delle sue idee: considerano strumenti ispirati dal maligno le strategie commerciali e l'advertising, progettano azioni eclatanti contro i signori dei grandi marchi...- Ummm...interessante...e lei che idea si è fatto?- Il porco d'Oltralpe deve aver strumentalizzato le sue debolezze. Siamo dunque di fronte ad una declinazione reattiva dell'odio accumulato nei miei confronti a causa dell'oscurantismo monotematico che ho imposto in famiglia in tutti questi anni. In effetto ho esagerato, soprattutto negli ultimi tempi. Prima le ho proposto di adottare per il tempo libero domestico tute sponsorizzate con il marchio della società per cui lavoro. Poi - deve essere stata questa la

Orgoglio & Story-board.

Di Vittorio Correale

Giovedì 14 Dicembre 2006 11:15

goccia che ha fatto traboccare il vaso - ho diramato una circolare interna alla casa con cui imponevo a mia moglie, a mia figlia ed alla donna di servizio di cantare l'inno aziendale prima di cena. Lo so, sono un ultrà del fanatismo aziendalista con uno strabordante orgoglio dell'appartenenza e mi creda, Professore, non so che darei per cancellare certe pagine nere... purtroppo non si può tornare indietro e il risultato è che oggi sono uno dei più grandi collezionisti europei di sensi di colpa...- Continui, la prego...- Ormai non solo non nasconde più la sua liason, ma anzi la ostenta con le amiche... Di nascosto racconta che durante i preliminari forano i palloni della Nike ... e che in fase preorgasmica quando Pierre le chiede: "Chi sono io, amore?" lei gli risponde a pieni polmoni, come un'invasata: "Sei il mio Robin Hood! il mio Zorro! il mio Pancho Villa! Il liquidatore della Coca-Cola!!! il curatore fallimentare di Mc Donald's!!!!". Professore, la prego, mi aiuti...