

ORGOGLIO & STORY-BOARD XXXVIII puntata

Il fatto di essere l'unica filiale europea a non disporre di un proprio house organ provocava ciclicamente nell'Amministratore Delegato Ing. Pagano gravi complessi di inferiorità e danni di una certa entità al suo equilibrio esistenziale. La cosa lo rendeva davvero infelice. Il Direttore Marketing Livio De Nutis era ormai abituato a quel tormentone ricorrente, che si riproponeva con regolarità al ritorno di Pagano dai comitati internazionali. Era in tali occasioni che i country manager di mezzo mondo si pavoneggiavano con pubblicazioni più o meno autoreferenziali (con vistosi quanto inopportuni cedimenti al mondo del glamour e del patinato), che attingevano a piene mani al repertorio inesauribile della banalità. Non che Pagano sposasse più di tanto, in cuor suo, le logiche e la natura dello strumento (De Nutis ne ricordava ancora le testuali parole di qualche anno prima: "Sai che ti dico, Livio? Perdere tempo e soldi dietro queste cazzate mi sembra a dir poco immorale"). È verosimile tuttavia che la sua psiche avesse cominciato a farne una questione di status, a distorcere la realtà in una angosciosa spirale autodistruttiva: si sfiancava a fantasticare su gap, crescenti ed incolmabili, che quell'assenza determinava nei confronti dei suoi parigrado esteri. Questi ultimi, in effetti, utilizzavano la pubblicazione come una sorta di cavallo di Troia tipografico, uno specchio deformante costruito per ostentare un orgoglio dell'appartenenza decisamente extra-large. Di solito le crisi del Capo duravano qualche giorno, al più una settimana. De Nutis, consapevole del lavoraccio di mediazione tra i vari uffici coinvolti che la messa a regime della rivista avrebbe comportato a suo carico, le lasciava decantare con consumata abilità. Questa volta però la situazione apparve subito più grave. Qualcosa doveva essere accaduta, qualcosa di nuovo ed imprevedibile. Nel corso dell'ultima riunione di budget l'odiato collega francese, colto da una ricaduta della nota sindrome transalpina detta "del primo della classe", aveva lasciato sfilare con nonchalance il suo ultimo numero, un monotematico. Pagano non aveva avuto bisogno di sfogliarlo. La copertina parlava già da sé: il capo della branch parigina era elegantissimo e abbronzantissimo. Accanto a lui sorrideva entusiasta il Presidente internazionale. Agli occhi del n° 1 italiano quella foto non era solo una fastidiosa attestazione di stima, un intollerabile occhio di buca che magnificava un rivale da cui lo separavano vecchie e nuove ruggini. La sua curiosità, famelica di ogni dettaglio e

sfumatura, vi aveva colto il senso di una vera e propria investitura. "Tu sei il mio delfino", sembrava dicessero le labbra socchiuse del Capo dei Capi. Pagano si era concentrato nuovamente sugli occhi del concorrente diretto nella corsa alla super-responsabilità della istituenda Area West Europe: vi aveva scorto una stiletta maligna, e in pieno delirio gli era parso che quello sguardo lo inseguisse dappertutto, qualunque posizione assumesse, pure piegato sotto il tavolo, come una perfida Gioconda competitiva. Livio capì subito che non c'era più un minuto da perdere se si voleva ancora sperare di salvare l'uomo da una rovinosa follia. Tentò invano di farsi dare carta bianca. L'Alta Direzione, per incomprensibili ragioni di equilibrio prudenziale, optò invece per una cabina di regia collettiva, che risultò inquinata da menti allevate nella feconda fattoria dei lacchè, del tutto prive di senso critico ed estetico, ma soprattutto di indipendenza e dignità. Il Numero Zero, nei ricordi di De Nutis, rappresenta ancor oggi una delle pagine più nere nella storia dell'editoria mondiale, aziendale e non. Livio aveva cercato di far prevalere la linea della ragionevolezza, proponendo spunti che favorissero l'approfondimento, l'aggiornamento, la partecipazione, il dibattito interno, la propositività. Macchè. Prevalse un indirizzo agiografico: il collega Petrini della Segreteria Legale, principe del panegirico e dell'adulazione, venne incaricato di stendere la bozza dell'editoriale e di selezionare il materiale fotografico. Ne risultò un prodotto al quale perfino Napoleone, e nei momenti di più acuta autostima, avrebbe negato ogni cittadinanza: una smodata Paganiade (Pagano che incontra il Board internazionale, Pagano che vince il torneo di tennis internazionale, Pagano che consegna i pastori tedeschi ai non vedenti, Pagano che salva una bagnante in pericolo...). Solo questo e poco più, contornato da un rabbrivente guazzabuglio di notizie dall'interno. L'una accanto all'altra, trovavano posto la foto della nidiata di cuccioli partoriti dalla gatta fulva della figlia di un quadro dell'Ead, le poesie ultra-ermetiche di un impiegato della spedizione, il primo outing ufficiale (due gay dell'Archivio ritratti mentre si baciano in maglietta rosa) e, dulcis in fundo, un paio di desolanti cruciverba di sotto-cultura aziendale (con domande del tipo: "La moglie del Direttore Finanza" , "L'intercalare del Vice Direttore Generale", "Ospiti non graditi a mensa").