

Racconto di Vincenzo Rialdi

«Tell us a story»

Mi è capitato spesso, in visita presso aziende clienti in giro per il mondo, dopo aver organizzato con grande cura gli appuntamenti attraverso i distributori locali e aver ben specificato che si sarebbe trattato di incontri con soli contenuti scientifici e tecnici, appena terminati i convenevoli di rito, di sentirmi chiedere: «Tell us a story» («Raccontaci una storia»).

Conosco bene il significato di questa richiesta. È la manifestazione evidente del fatto che l'azienda in questione è in mano a un reparto o a consulenti di marketing non all'altezza e che quindi è disorientata e incapace di determinare le sue priorità e i suoi target. È anche indice di un'approssimativa preparazione dell'incontro, che non ha tenuto conto degli interlocutori che si sarebbero ricevuti e degli argomenti da trattare, anche se anticipati con estrema chiarezza.

Queste aziende hanno bisogno di idee semplicemente perché non ne hanno o ne hanno poche e molto disordinate. Vedono la loro concorrenza avanzare e si reputano in ritardo. La priorità di progettare qualcosa che funziona viene disintegrata dalla ricerca frettolosa di qualcosa che può essere solo effimero oltre che tecnicamente debole, che cerca di colpire il lato emotivo del consumatore piuttosto che fidelizzarlo con prodotti ben strutturati e performanti.

Di sicuro non è questo un peccato capitale, tuttavia in ogni filiera esistono ruoli e competenze che dovrebbero essere definiti e rispettati.

La domanda «Tell us a story» richiede comunque una risposta, fosse solo che per educazione.

Nella rapida elaborazione della risposta più adeguata, nella mia mente scorrono ogni volta sensazioni che sono talmente vivide da permettermi di rivivere quella che è ogni volta un'esperienza delle più emozionanti e gratificanti: la ricerca.

Se non avessi freni, vorrei rispondere così, e una volta o l'altra lo farò: «Eccola, la storia. Sono venuto fino a qui per presentare l'ultimo nato di una numerosa famiglia di sostanze speciali, un ultimo nato che nonostante la giovanissima età si è già perfettamente integrato con tutti i suoi parenti più anziani per la sua originalità e la sua capacità di fare benissimo molto più di quello per il quale era stato inizialmente ideato. Ore, giorni, settimane, mesi, anni, in questo caso sei anni per la precisione, di duro lavoro individuale e condiviso, fatto con la testa e in laboratorio, di messe a punto, di prove, di analisi, di valutazioni, di verifiche di sicurezza, di stabilità e di attività biologica, di riproducibilità, percorsi nello strettissimo corridoio rappresentato dai requisiti regolatori e da tutti quegli aspetti che caratterizzano un lavoro serio, attento e responsabile. Una storia fatta di entusiasmo come anche di delusioni, di tensione, di spese, di budget sfiorato «perché ne sta valendo la pena», di filoni di ricerca inaspettati che si sono aperti strada facendo, di attese spasmodiche per i risultati e per trovare le conferme di essere sulla strada giusta».

Purtroppo non è questa la risposta che il mio interlocutore si aspetta.

Una di queste volte, da questa successione ordinata di pensieri e una notevole dose di autocontrollo ne è scaturita una risposta da premio Nobel per la diplomazia: «Ogni nostro ingrediente porta con sé e racconta una bellissima storia, dalle sue origini, al suo sviluppo alle sue applicazioni: è tutto scritto nella letteratura che lo accompagna e che è di libero utilizzo. È sufficiente avere la pazienza di leggerla e di estrapolare le parti che possono essere utili per costruire la storia del progetto che volete realizzare. Se ora mi concedete la vostra attenzione, ve ne posso mostrare alcuni esempi».

Risposta sufficientemente amabile da non pregiudicare la prosecuzione dell'incontro, sebbene dopo qualche secondo di gelo e l'intervento impacciato di ricucitura da parte del funzionario del distributore che avevo al mio seguito.

Al termine dell'incontro, più lungo del previsto, unicamente tecnico e peraltro apprezzatissimo, siamo stati congedati con molta cortesia e omaggiati di prodotti e gadget ricordo.

Davvero non so quale storia abbiano poi costruito e se abbiano attinto dalla nostra documentazione.

Peggio di «Tell us a story» è stato quando ho incontrato il responsabile della Ricerca e Sviluppo di una grossa multinazionale che mi ha accolto in modo

estremamente diretto: «Hi! Any WOW ingredients?», scandendo «WOW» lentamente e con la massima enfasi possibile.

In quell'occasione, ho dedicato molto meno tempo all'elaborazione della mia risposta e ho ribattuto senza lasciargli neanche il tempo di riprendere il fiato: «Noi abbiamo solo WOW ingredients: dipende solo da come li sapete usare». E mentre pronunciavo la parola «usare» mi sono alzato.

Si è trattato dell'incontro «tecnico» più rapido della storia: meno di trenta secondi.