



John Brooks  
«Business  
Adventures»  
Einaudi  
pp. 416  
€ 19,50

## «AVVENTURE ECONOMICHE»

# Diffida del marketing, conquisterai il mercato

Le storie di prodotti raccontate negli Anni 60 dal "New Yorker" che hanno sedotto Bill Gates

GIUSEPPE BOTTERO

Che ci fanno otto reportage usciti sul *New Yorker* negli Anni Sessanta nelle librerie dei ragazzi smanettoni cresciuti col mito di Silicon Valley? *Le Business Adventures* di John Brooks (1920-1993) stanno conoscendo una seconda vita. Forse perché, come scrive Bill Gates nell'introduzione, «sono cambiate molte cose ma non quelle fondamentali». La raccolta di articoli, tutti dedicati all'economia, è stata un piccolo grande culto per almeno due generazioni di businessmen americani. È rimbalzata dalla libreria di Warren Buffet a quella del fondatore di Microsoft, poi, ristampata dopo una recensione lusinghiera del *Wall Street Journal*, è volata dritta nella classifica dei bestseller e negli e-reader dei

milionari 2.0. Ora arriva anche in Italia, pubblicata da Einaudi.

Brooks mette in fila successi e disastri rovinosi della grande industria statunitense, fa a pez-

zi la mitologia del super-manager infallibile, racconta le parabole sorprendenti della Borsa con un perfido distacco: «Il mercato azionario è per la gente benestante ciò che le serie televisive sono per i comuni mortali: dunque un po' di alti e bassi ci vogliono, altrimenti non c'è gusto». Quando si scatena il crollo del 1962, il termometro per misurare lo stato di salute dei listini diventa la frenesia dei piccoli investitori: «Se la gente vende azioni quando dovrebbe essere a tavola, significa che la faccenda è seria». E ancora non esistevano i servizi di trading online.

Il primo capitolo racconta l'ascesa fulminante della Xerox,

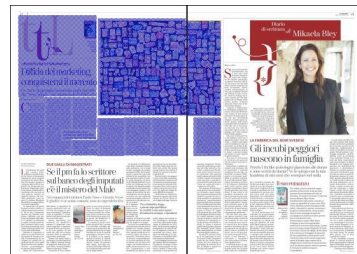
la prima macchina fotocopiatrici ad imporsi negli uffici e nelle biblioteche americane. Un azzardo milionario che, in pieno boom, stravolge abitudini e metodi di lavoro, trasformando la piccola azienda di Rochester in un monopolista. Qualcosa di simile all'avanzata di Microsoft e Apple. Brooks immagina la «bi-

blioteca del futuro come una sorta di mostruoso computer in grado di conservare e rendere disponibile il contenuto dei libri grazie all'elettronica», e non si

sbaglia di molto. Solo che, paradossamente, non la costruirà la Xerox, incapace di aggrapparsi al treno dell'innovazione.

Le avventure del cronista nel mondo del business passano anche da Detroit, la capitale

dell'auto, e proprio nella seconda metà degli Anni Cinquanta, quando l'industria è nel suo massimo splendore: ricca, così sicura di sé da permettersi flop mai visti. La Ford Edsel, battezzata così in onore del figlio del fondatore, debutta nel settembre del 1957, annota Brooks, «con un clamore che non aveva





pari da trent'anni a quella parte». Il lancio è il più costoso nell'intera storia dei beni di consumo, eppure quell'auto non sfonda. Peggio, è un disastro totale. Il costruttore brucia 350 milioni di dollari, in meno di 24 mesi la ritira precipitosamente dal

mercato. Perché? La ricostruzione del *New Yorker* non lascia scampo. Ford s'è affidata agli stregoni del marketing, ai guru delle vendite e della progettazione, ma ha trascurato un dettaglio prezioso: «quando il pubblico è corteggiato con troppa premeditazione tende a rivolgersi altrove, accordando i suoi favori a pretendenti magari un po' scorbutici, ma animati da più schietto interesse».

Non c'è compiacimento, nel lavoro di Brooks, semmai ironia. Ma soprattutto fatti, tantissimi fatti, messi uno in fila all'altro con lo spirito dell'artigiano

della notizia e senza aggrapparsi ai tecnicismi. «Mi sono sempre domandato come e perché, nell'epoca in cui le fondazioni finanziarie fanno uno studio sulla comunicazione dopo l'altro, individui e organizzazioni siano così tenacemente incapaci di esprimersi in modo comprensibile, e per giunta i loro ascoltatori non riescano a capire il senso di quanto viene loro detto», scrive Brooks. Bastava affacciarsi a qualsiasi convegno: in confronto la Torre di Babele era un tripudio di affiatamento organizzativo. Il vizio non s'è perso. E non s'è perso neppure il mistici-

simo che avvolge le riunioni dei banchieri centrali. L'edificio della Fed di New York che affaccia su Liberty Street è ancora il luogo a cui si guarda per capire che tempo farà sui mercati, in cui «gli aristocratici di Wall Street» si riuniscono per muovere le leve di cambi e tassi di interesse. Le afferra pure Brooks, per descrivere la crisi della sterlina e la guerra valutaria. Da allora sono arrivati l'euro, la Bce, le mosse di Pechino sullo yuan. Gli stregoni delle monete, però, restano là. Potentissimi e (quasi) impossibili da decifrare.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

*Dall'ascesa della Xerox  
al fallimento della Ford Edse  
successi e disastri dell'industria*





BRUNO VENTAVOLI

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato