

L'algoritmo Fantozzi

di Michele Serra

in "la Repubblica" del 1 dicembre 2023

In un video nel quale dimostra sedici anni, la ministra Santanchè si pronuncia severamente contro l'idea di cambiare nome a Cervinia tornando al vero nome valdostano, Le Breuil. Lo fa con un argomento assai grave, così testualmente espresso: "ma voi lo sapete quanto tempo ci vuole a costruire una destination, e una brand reputation?".

L'evoluzione del fantozzismo da "vadi" e "venghi" alla "brand reputation" purtroppo non ha potuto essere raccontata a dovere, stante la scomparsa del maestro Villaggio che non ha fatto in tempo a completare la cronaca del disastro. Ma Santanchè che invoca la "brand reputation" degli skilift e della polenta concia è un capolavoro che meriterebbe almeno un film postumo, "L'ultima destination di Fantozzi", o "L'ultima tragica convention", o "Fantozzi perde la reputation". Poche cose hanno una resa comica paragonabile al tristo inglese aziendale, adoperato per simulare competenza e prestanza in riunioni il cui solo scopo è arrivare ancora svegli al rinfresco, sperando che i salatini non siano troppo scadenti (lo sono quasi sempre).

Il fascismo tentò, vanamente, di italianizzare Val d'Aosta e Sud Tirolo, con esiti ridicoli poi giustamente spazzati via.

Cervinia, che io sappia, è l'unico intervento ri-nominativo che sia rimasto in piedi, e va bene così, il nome non è neanche male, meglio che Porta Littoria (roba da matti) per La Thuile. Nessuno invece riuscirà a contrastare il trionfo del nuovo Pensiero Mondiale Aziendalista: l'umanità intera è governata da una specie di unico, immenso, invincibile Algoritmo Fantozzi.

Questa è la nostra destination, e così finirà la nostra reputation: con un breve discorso, anzi uno speech, di Santanchè.