

Gettiamo la maschera...

Chi siamo davvero noi e buona parte degli operatori di questo “strano” settore? Perché ci sentiamo in qualche modo “diversi” e fondamentalmente “privilegiati”?

Innanzitutto abbiamo anche noi il dono di una passione che ci “riempie le domeniche” e ci fa “incontrare gli amici” anche al di fuori dei momenti in bicicletta. Anzi, grazie alla bicicletta gli amici si trovano e si mantengono. E onestamente vedo più spesso le persone con le quali esco in bici, che coloro i quali sono i miei “migliori amici”... quelli “d’infanzia”.

Questa passione ha dato a me e colleghi la possibilità a suo tempo di prendere in considerazione di “fare un qualcosa nel settore”, ma la domanda resta lo stesso: “chi siamo davvero?”

Resta perché nasce dai molti interrogativi che più o meno consciamente il biker si pone, di fronte ad una cosiddetta “autorità acquisita”, quando si chiede “chi è questa rivista per dire così?” e “chi è questo meccanico per criticare il prodotto di un marchio blasonato?”, eccetera, eccetera...

Nell’arco di diversi editoriali ho provato ad affrontare con voi la realtà del dietro le quinte, e qualcuno forse si è anche offeso, quando ha pensato che invece “una bici da 6.000 Euro dev’essere semplicemente perfetta”. Abbiamo anche diverse volte approfondito il fatto che ormai si sentano “pareri autorevoli” che non dovrebbero invece esserlo affatto. In un forum qualcuno ha invece collegato “la raccolta pubblicitaria con l’esito dei test”. Una bassezza? No. E’ un umano dubbio che tutti si pongono e che per pudore molti non hanno il coraggio di manifestare nemmeno a se stessi.

“Umano” perché è abbastanza scontato che una rivista avrebbe piacere di “soddisfare” il proprio inserzionista. A volte l’inserzionista è addirittura un amico... Come si fa allora? Si tratta di fare scelte precise e questa è essenzialmente quella tra “l’uovo oggi e la gallina domani”. La prima è il fare contento l’inserzionista, che quindi conferma la pianificazione della sua pubblicità, e la seconda è esserci, tutti, anche domani, dopodomani e dopodopodomani e oltre... riviste, inserzionisti ed appassionati. Non ci sto pensando adesso solo perché sono ormai quasi vent’anni che lavoro in questo mondo delle due ruote, ma perché sono fresco di una bella arrabbiatura con un produttore che per un attimo, che ha però fatto traboccare il vaso, ha trattato *MBAction* come la “solita rivista”, me come il “solito giornalista” privo quindi di alcun bagaglio tecnico, e voi come i “soliti lettori”, tutte persone quindi verso le quali si può anche “negare l’evidenza”. Ci sono cose sulle quali non si può mediare e questa è una di quelle. L’azienda in questione ha, per onore della cronaca, saputo ritornare subito e con eleganza sui propri passi, in questo modo dimostrando di aver capito che ormai ci sia poco da menare il can per l’aia con noi. Per *MBAction* noi, voi e loro siamo un team, ognuno con il proprio specifico compito, responsabilità e competenza, ma tutti sulla stessa barca. E stare davvero “sulla stessa barca” vuol dire una

cosa non sempre per forza romantica, quindi alle volte ognuno di noi, voi compresi, dovrà scendere a compromessi.

Il compromesso al quale scende il consumatore è in genere quello di attendere l’acquisto di un nuovo mezzo a prezzi vicini al costo, alle volte solo perché è cambiato poco più del colore, oppure comprando qualche articolo online (ma anche in negozio) in confezione OEM (cioè senza un vero e proprio imballo, in quanto originalmente destinato ad un produttore di bici e non alla rivendita), eccetera...

Un produttore potrà, in termini di compromesso, aver anche scoperto ad esempio che uno schema di sospensione possa essere migliorato ma non avrà il tempo o le risorse per farlo immediatamente. Una rivista come la nostra invece potrebbe lasciare che un costruttore di comprovata serietà invii un componente sostitutivo nel caso in cui il primo avesse manifestato un difetto. Ma cosa vuol dire questo nel nostro caso? Una realtà che davvero pochi o nessuno hanno saputo immaginare. Infatti, dietro ad una “stroncatura”, o ad una valutazione scadente di qualcosa, non c’è mai da parte nostra una “fretta di giudicare”, un piacere di cogliere in fallo, o chissà quale altra convenienza.

Anzi, c’è un ricontrollo ed un approfondimento.

Se criticiamo una copertura perché “debole”, sappiamo che potrebbe essere stato un caso che una si sia lacerata con facilità. Se quindi scatta la bocciatura, vuol dire che il problema si è

ripetuto in più di un semplice caso. Non ci sono “occasionalità” gestite in modo superficiale. Il produttore viene poi sempre interpellato, per sapere cosa

voglia eventualmente replicare. Agli

inizi della storia di *MBAction* i

“fondatori” sono stati sbattuti

fuori da qualche stand alle fiere,

per quello che avevano “osato

scrivere”. Ma non c’è per questo

“cuor leggero” da parte nostra.

C’è la consapevolezza che solo

così si possa costruire un

domani per noi, per voi, per

tutti. L’unica condizione è che le

critiche siano motivate e raccolte,

perché non siamo proprio in un

mondo perfetto ed in mancanza di

un sano confronto non si fa molta

strada. Una volta ho comprato un’auto

di un famoso costruttore dotata di un

seniore crepuscolare che accendeva le

luci... ma solo della strumentazione... non

pure gli anabbaglianti, con la conseguenza

che per ben due volte sono ripartito a fari

spenti. Ho scritto a chi di dovere, senza

ottenere una risposta. Qualcuno si è “fatto

male” per questo? Spero di no! Ma nella

nostra barca comune il compito assegnatoci

è quello di stimolare i produttori nel dare il

meglio e nel “porre rimedio” a questi ed altri

piccoli e grandi errori. Chi non ne fa? Nessuno.

Chi li ripara subito e bene? Diversi. E chi

sono? Sono tutti seduti “nella nostra

barca”. Sì, di fianco a voi, anzi...

“con” voi. □

