

# A proposito di resistenza...



**D**iceva bene il buon Richard nel suo editoriale, su come la gente possa essere refrattaria verso i grandi cambiamenti. Nessuno si salva completamente, ma, scendendo a citazioni, se non ricordo male Victor Hugo diceva che “Si può resistere alla forza di un esercito, ma non a quella di un’idea”. Un po’ come quando io stesso cercavo di oppormi all’invasione della nuova generazione di cellulari intelligenti, mentre ora guai a togliermi di mano l’iPhone ovunque mi trovi, compreso il ristorante messicano di Cambria, California, in questa foto, scelto tra i tanti sulla Main Street proprio per la sua insegna “free wi-fi”. Più che “invasione” lo strumento si è rivelato infatti una vera e propria “salvezza”. Che grave errore quindi sarebbe stato il non aprire gli occhi in tempo.

Chi mi ricorda? Facile: Shimano e Sram con MBAAction! La prima era sparita per anni dalle pagine dell’edizione USA, suppongo a causa delle critiche (circostanziate ed ampiamente suffragate da interviste ai Product Manager dei principali produttori) ai comandi cambio integrati nelle leve freno (i “tristemente famosi” Dual Control). Per chi non capisca di cosa stiamo parlando, ed aggiungendo che personalmente non ritengo davvero “esistente” qualcosa di presente ormai in sostanza soltanto a catalogo, dirò che a mio parere quella “innovazione” si è estinta così rapidamente che anche Darwin avrebbe faticato a documentare il processo. In essi infatti la leva freno si muoveva non soltanto in direzione del manubrio, ma anche verso il basso o verso l’alto a seconda che si desiderasse tirare o mollare il cavo di comando di cambio e deragliatore anteriore. Ma ad essere onesti abbiamo aspramente criticato anche l’altrettanto famoso “cambio rovesciato”, battezzato prima Reverse Action e poi Low Normal, tuttora a catalogo ma direi non più anche nel “mondo reale”. Ve lo ricordate? Rispetto alla consuetudine la sua gabbia si muoveva infatti in direzione opposta: tirando il cavo non andava quindi verso un pignone più grande ma verso uno più piccolo, seminando il panico, ricordo, in occasione dei classici ritrovi quali i vari test-day, demo-day, outdoor demo, eccetera... in un furore

cacofonico di *crick, crack, crock* e *patatrack* finali, tanto era comune confondersi nella cambiata ed annaspire prossimi allo “stallo” fatale ed alla vergogna del piede a terra...

Abbiamo sempre ringraziato Shimano e le siamo e saremo eternamente grati per il sostegno dato al nostro settore, ma dobbiamo ringraziarla anche per averci dato davvero molto da scrivere. Dispiace solo che, se fosse vero che nel primo mercato del mondo, quello americano, il colosso nipponico ha “perdonato” MBAAction per le sue critiche, dimostratesi inconfutabili nel frattempo, ed è ritornata con essa ad un positivo e più bilanciato rapporto di collaborazione, in Italia, dove tali critiche non sono nemmeno arrivate (perché non c’era ancora l’edizione italiana), la situazione sia diversa e ci troviamo a mio giudizio di fronte ad un muro invalicabile, per quanto sempre sia disponibili che ottimisti. In termini diversi succede lo stesso anche con Sram, ma in entrambi i casi non si tratta direttamente di Shimano o di Sram, questo è un distinguo fondamentale, ma solo del loro distributore.

Anch’io sono apprensivo e a volte persino irritato dal tanto digitare di mia figlia adolescente con i propri amici. Tutti gli sms che si scambiano ed un mondo fatto di Facebook ed e-mail aprono una porta dalla quale può entrare di colpo di tutto, quindi anche molti pericoli. E cosa dovrei fare? Sbarrare la porta e pretendere che per quel che riguarda la mia famiglia il mondo non vada più avanti per la propria strada, giusta o sbagliata che sia? Assolutamente no, perché se lo facessi mi illuderei soltanto di farlo... e mia figlia si ribellerebbe, prima o poi. Con le innovazioni si può solo e soltanto dialogare.

Cosa devo pensare allora di Shimano e di Sram in Italia? Che si siano abituati ad un dialogare diverso con la stampa specializzata ed i suoi lettori? Quali sono i reali motivi per sbattere la porta in faccia (un esempio figurativo... è chiaro) a noi ma anche a voi che siete i nostri lettori? E’ la libertà di critica tipicamente nostra e di pensiero e di scelta classica del nostro lettore a preoccupare? Ma possiamo davvero fare a meno di criticare qualcosa pensando che voi lettori non vi accorgete in ogni caso della realtà del prodotto? I comandi nelle leve freno ed i cambi rovesciati sono spariti solo perché l’abbiamo detto noi, o perché alla fine eravate anche voi a non volerne assolutamente sapere?

Io penso che noi una critica oggettiva possiamo soltanto antiparla rispetto a voi, ma che il mercato sia comunque in grado di capire da solo cosa funzioni e cosa no.

Zittire noi non risolve alcun problema e può soltanto in alcuni casi ritardarne la percezione da parte del consumatore. Bisognerebbe però forse ripensare a com’era prima e a come potrebbe essere oggi il rapporto riviste/produttori/appassionati nel nostro mercato se noi, a differenza di tutte le altre testate leader mondiali nel proprio settore (Vogue, Men’s Health, National Geographic, eccetera) non fossimo mai entrati in Italia. Secondo me “era” e sarebbe ancora oggi un mercato “diverso”, anche nei numeri di tutti. Lascio a voi stabilire se in peggio o in meglio... mentre da parte mia rivolgo invece un plauso alle aziende che collaborano pienamente e che sono la stragrande maggioranza di quelle che contano. Si tratta di marchi che hanno accettato infatti di poter anche sbagliare un prodotto, o di poterlo fare meglio, e la nostra presenza non fa che aumentare il loro senso di responsabilità.

Proseguiremo pertanto sulla nostra strada, aperti alle vostre opinioni e continuando a fare lodi e critiche ogni qualvolta siano meritate. Se poi qualcuno ritenesse che quelle negative possano non poggiare davvero su solide basi ed essere invece strumentali o speculative, cercheremo di dimostrare con il tempo come non sia così. Chi dirà se ci riusciremo? Voi. Il mondo non va come comoda, ma come deve andare. □