

■ **TRA LE PAGINE** “Millennials in svendita”: il romanzo d’esordio di Vincenzo Ranieri

Voce di una generazione sospesa

Tra pubblicità, crisi economica e transizioni epocali: 40 anni di storia italiana

di **ROBERTA CRICELLI**

FARE i conti con il proprio tempo sfrecciando sull’autostrada del marketing.

È una capsula meta-letteraria quella plasmata da Vincenzo Ranieri, che con il suo esordio d’inchostro, “Millennials in svendita. 1985-2025. 40 anni a rincorrere sogni in un’epoca sbagliata” (Rubbettino-Iride), restituisce, incastrandolo tra le pieghe del suo mestiere, il ritratto di una generazione (condito dalla prefazione di Domenico Romano, direttore Marketing di prestigiose aziende).

«La trama prende le mosse da un turbamento: alla vigilia di un faticoso compleanno, un quasi quarantenne avvolto da una perenne stanchezza, tra un bicchiere di vino e l’altro si domanda se la sua esistenza sia andata come aveva immaginato e quale direzione avrebbe potuto prendere se fosse nato in un’epoca diversa, come il suo alter ego (ribattezzato Walter) che dalla fine degli anni 40 fino al termine della vicenda attraversa luci ed ombre di ere storiche che ne segnano la vita personale e professionale in parallelo ai mutamenti del marketing». Così il marketing manager catanzarese nonché presidente dell’Aps In’Oltre, (votata all’innovazione sociale), nel corso della prima presentazione del romanzo, lo scorso 17 marzo (data che lo accomuna al protagonista del libro, siglando per entrambi il traguardo delle 40 candeline spente nelle sale del Lounge Bar Restaurant 9.5 Industry nel quartiere marinaro del capoluogo) ha condensato lo spirito di pagine intime ma collettive.

«Vincenzo Ranieri, con

tagliante e profonda ironia riflette su quanto il patto generazionale secondo cui l’impegno avrebbe condotto a risultati certi sia stato tradito, scontrandosi con un consumismo compulsivo ed una crisi economica devastante. Un libro che pur senza nascondere le criticità di ogni tempo, non giunge ad una deriva pessimista bensì all’auspicio di libertà che l’autore consegna ai propri figli». Questa la suggestione lanciata da Florindo Rubbettino, nel tenere a battesimo un’opera che trova nei 53 anni d’attività dell’omonima casa editrice, il compromesso tra tradizione e progresso.

Un viaggio condotto (sulla scorta di video a tema) dalla bookblogger e speaker radiofonica Elisa Chiriano che rimanda pure ai ruggenti anni 80.

«Furono gli anni d’oro della pubblicità e del benessere sociale ha rimarcato il Marketing Consultant, Andrea Massa, in cui il consumatore (non più il prodotto) era divenuto il fulcro delle strategie di marketing ancora attuali. In questo contesto, Silvio Berlusconi (cui il libro fa riferimento) sotto il profilo imprenditoriale è stato un pioniere innovativo capace di forgiare il paradigma del consumo, quello televisivo e politico, intrisi di una comunicazione rivoluzionaria che ha modellato la società».

Una spirale di cambiamenti che filtrando i grandi eventi (aspri conflitti, la caduta del muro di Berlino, l’avvicinamento al digitale) e arenandosi sulle spiagge della crisi economica del 2008, rievoca anche gli anni 90.

«Un decennio rispetto a cui i millennials - ha ragio-

nato Domenico Taverna, Area Manager del Gruppo Callipo - nutrono nostalgia (per ciò che è stato e persino per quello che non abbiamo vissuto), in considerazione persino di come oggi ogni cosa venga comunicata in modo frenetico, conciso, talvolta superficiale e di quello che si credeva sarebbe avvenuto. Una parabola che tra disillusione e stanchezza cronica volge verso un positivo passaggio di testimone».

Un quadro d’insieme che secondo l’assessore alla Cultura del Comune di Catanzaro, Donatella Monteverdi consegna alla generazione dello scrittore la sfida di guidare una fase trasformativa destinata a segnare una cesura storica. Tra sliding doors, il confronto con l’altro da sé e l’avvento della paternità, l’autore offre anche uno spaccato psicologico circa nodi quali i disturbi dell’ansia a cui lo psicoterapeuta Domenico Mauro ha riconosciuto accuratezza e cifra empatica.

Vincenzo Ranieri costruisce un tunnel alla fine del quale la luce, non si rivela un abbaglio ma un seme da coltivare.



Massa, Rubbettino, Ranieri, Taverna, Mauro

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

006833