

L'azienda è catartica e Oreglio sale in cattedra

Pubblicato: Mercoledì 29 Ottobre 2003

Se un quiz della Settimana enigmistica può dare vita ad un'azienda di successo, allora è normale che Flavio Oreglio, uno dei comici più vitali nel panorama teatrale e televisivo degli ultimi tempi possa salire in cattedra, quella di una università economica come la Liuc di Castellanza e parlare delle cinque forze di Porter: mercato, prodotto, concorrenti, clienti e fornitori.

È successo questo pomeriggio all'Università Cattaneo, dove le associazioni studentesche del portale [Fuori campus](#) e del periodico Liuc magazine hanno promosso la singolare lezione di economia chiamando come docente il comico milanese.

Imprenditori di sé stessi e le strategie dell'immagine, di questo ha parlato Oreglio, che lega la sua notorietà alla trasmissione televisiva "Zelig". E un'aula Magna gremita di studenti ha assistito con curiosità all'incontro e sempre nell'attesa del momento catartico che puntuale è arrivato. Lui, che il marketing non sa neppure cos'è, la sua azienda catartica la descrive così: «Quando ho iniziato, la mia era una giovane azienda che aveva a disposizione una chitarra e tanta buona volontà» racconta Oreglio. Il suo prodotto divertiva gli amici, poi anche gli sconosciuti, e allora era giunto il momento di individuare un mercatino fiorento. Oreglio ne ha trovato uno buono, quello dei navigli milanesi e alle porte di quei locali è andato a bussare una alla volta. «Ma tu hai già lavorato?» gli chiedevano e lui illustrava una serie di rettangoli ritagliati dai giornali che annunciavano i suoi spettacoli. «La prima volta che è stata pubblicata una foto ho stappato una bottiglia di champagne». Il risultato? Una azienda che prima fatturava 50mila a serata e oggi dai 6 ai 12mila euro. «Tutto è nato da un quiz della Settimana enigmistica» dice ancora il comico. Una rubrica nella quale si chiedeva come comperare un cappello a cento e rivenderlo a duemila lire. «Ecco: il mio obiettivo è stato quello di dimostrare che il mio prodotto valeva 1900 lire». Per farlo si è sempre rifiutato di lavorare per conto terzi e soprattutto, proveniente da tutt'altra formazione (maturità scientifica e laurea in scienze biologiche) «mi sono inventato il lavoro».

Per portare al successo la sua azienda catartica Oreglio ha lavorato prima da solo e quando gli impegni diventavano molti con l'ausilio di una struttura organizzativa. Ha lavorato anche con l'immagine e sfruttando la potenzialità dei mezzi di comunicazione. «Ma il prodotto, un buon prodotto è quello che conta» spiega ancora. «Nei miei spettacoli ho messo insieme le parole e la musica e il mio obiettivo è sempre stato quello di lavorare su tre fronti: teatro, editoria e discografia». Ecco perché nascono libri e cd.

E infine si arriva ai suggerimenti per le giovani generazioni, che per Oreglio «non hanno voglia di lavorare». L'obiettivo è ormai la televisione e stando ai suoi racconti i giovani si presentano ai provini con schetch da tre minuti televisivi senza poi essere in grado di stare su un palco per un'ora. L'effetto è negativo per il mercato e per l'artista, che non sarà più in grado di aumentare il suo potenziale e la sua fama. Insomma, «questi giovani non hanno una mentalità aziendale...».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

