

# LA CARTA HA UN FUTURO

*Proprio sicuri che i giornali non abbiano speranza di salvarsi? Nuovi modelli di business esistono e funzionano. Lo Steve Jobs della carta stampata, Tyler Brûlé, ci racconta quali sono. Un gran viaggio nell'impero di Monocle*

di Michele Masneri

**C**ome si diventa milionari? Bisogna nascere miliardari e poi fondare una rivista, secondo una vecchia massima per cui giornali e squadre di calcio sono il modo migliore per dilapidare una fortuna. Oppure, di giornali (di carta) se ne fonda uno. Pare una provocazione, oggi, nella moria generale della notizia e dei suoi derivati. Eppure lui ci è riuscito: lui è Tyler Brûlé, fondatore prima di "Wallpaper" e poi di *Monocle*, quest'ultima bibbia patinatissima del saper vivere che prospera nel mondo non sempre in salute della carta stampata, un magazine che ha generato un mondo aspirazionale fatto oggi di negozi, caffè, una radio, un'agenzia creativa. Il tutto con bilanci addirittura in attivo. La rivista, mensile, è una celebrazione della nicchia e di un giornalismo laterale e snob,

però globale: non ha edizione iPad, poco internet, ci sono belle foto come nelle riviste "di una volta". Per dire: nello stesso numero ci può essere un reportage sugli "Ambassadors", i cani dei diplomatici; un profilo di Ismail Kadare, massimo scrittore d'Albania, un servizio da Lahore dietro le quinte di un musical pachistano che si ispira a "Glee". E tante storie di giornali, stampate su carta sopraffina. E' un giornale per giornalisti, anche. E questa è una storia di giornali, del loro glorioso passato e del loro futuro che nessuno ha ancora capito se ci sarà, e come. "Global affairs, business, culture and design", recita il sottotitolo di *Monocle*: aguzzando lo sguardo, come si diceva nella *Settimana Enigmistica*, si nota che buona parte dei servizi sono "Monocle per", cioè prodotti ibridi tra pubblicità e giornalismo, ben

Negozi, caffè, radio,  
un'agenzia creativa,  
presto un quotidiano,  
e una casa editrice  
vera e propria.  
E poi i soldi

fotografati e ben scritti. Su questo confine labile e profittevole tra notizia e réclame, TB ha costruito una rivista, rigorosamente in inglese, che è un misto tra Fran-

co Maria Ricci, un *Capital* degli anni Ottanta ma in versione hipster, e *Postalmarket* (ci sono inserti con i prodotti brandizzati *Monocle*, costosissimi e sofisticati, pelletteria e abbigliamento da uomo, acquistabili online o nei negozi monomarca che crescono in giro per il mondo). *Monocle* non vende molto ma è il sogno di ogni editore: il lettore medio è maschio, viaggiatore, spendaccione; è una rivista che non si conta ma si pesa.

Quarantasette anni, ex giornalista della Bbc, ferito quasi a morte in Afghanistan, su un letto d'ospedale ha avuto la conversione non a Dio ma al "native advertising". TB è ormai icona internazionale di stile, è lui stesso un testimonial del suo mondo. Ha una rubrica al sabato sul *Financial Times*, in cui racconta la sua vita da rich kid riflessivo. E' "Mr. Zeitgeist" e "border-agnostic sophisticate", secondo il *New York Times*, vive a Londra con case sparse per il globo, 250 giorni in aereo all'anno; qualche anno fa ha venduto il 10 per cento del suo impero per 10 milioni di dollari. Dunque oggi è un uomo molto ricco, una specie di William Randolph Hearst, l'ispiratore di "Citizen Kane". Solo che quello era discendente di miniere d'oro, mentre TB è figlio di un giocatore di baseball canadese. Tutto è doppio in TB e tutto ha una duplice lettura: inviato al fronte e creatore di tendenza, giornalista puro e venditore scaltro; in definitiva "uno che non ha paura di andare in guerra, ma che sa scegliere il paio di pantaloni giusti", secondo una definizione del *Guardian*.

Due incontri. La prima volta è per caso: TB è nel suo pop-up store (cioè un negozio temporaneo) a Merano: e il posto spiega molto del personaggio. Una bottega sulla via Dante, accanto a una macelleria, e l'insegna, dorata su fondo turchese, è rimasta quella del precedente proprietario, Toni Holler (idraulico). Ospita tutti i prodotti del variegato mondo di TB: dunque le pubblicazioni, la rivista e i suoi cascami: le guide turistiche di *Monocle*, i numeri speciali *Escapist* ("un giornale per posti poco esplorati") e *Forecast* (una specie di *New Yorker* mischiato con *Limes*), libri di design, poi soprattutto abbigliamento da uomo: una linea *Monocle Voyage*, una *Trunk* (è la linea del suo fidanzato svedese Mats Klingberg), più camicie e portafogli e cravatte e borse, tutto contraddistinto da un buon gusto diffuso quasi intol-

lerabile e da qualità (e prezzo) mostruosi. Tutto rigorosamente senza marchi, ci sono degli slip che sembrano i mutandoni del nonno ma poi al tatto rivelano un cotone pazzescamente morbido (30 euro, svedesi); giacche di lana cotta scelte da un produttore locale; una borsa da uomo concettuale, usata dai lattai giapponesi. Più valigeria, profumi, pelletteria, c'è una linea di profumi "Comme des Garçons" per *Monocle*, una linea di valigie "Rimowa" per *Monocle*.

Si entra nel negozio e c'è lui, con una camicia a righe a maniche lunghe, degli shorts blu, e si fa aria con un ventaglio nero marchiato *Monocle*. Ci offre un caffè ("islandese") da una antica macchina da bar in bicchieri di carta pure questi brandizzati *Monocle*. E' qui da qualche giorno, ha comprato una casa a Merano, dice, "è fantastico", e ci offre un ghiacciolo italiano tipo calippo ma rigorosamente di una marca solo a lui conosciuta. E "vuoi dell'acqua?", e offre una Meraner, "guarda l'etichetta, è la stessa da cent'anni". Poi schizza fuori per vedere alla luce del sole se un telefono marca Punk (cellulare hipster costosissimo che

Il target è maschio  
e spendaccione e  
questo si traduce in  
una rivista che si  
pesa ma non si  
conta

ha solo la funzione telefono, qui in vendita) è "marrone scuro o nero". Intanto il calippo nologo ci ha appiccicato le mani, e si chiede un bagno. TB indica la strada, dietro c'è un magazzino, è ancora quello del signor Holler, idraulico, dunque chiavi inglesi, rubinetti, poster di tubi e viti d'epoca, tutto squisitamente vintage lasciato com'è: tenere insieme tutto questo, Merano e il Mondo, le chiavi inglesi e le mutande norvegesi è un altro dualismo e forse una delle ricette di TB (pare che il signor Holler passi spesso la sera, per una birretta). (segue a pagina due)

**Michele Masneri** è giornalista e scrittore. Ha vissuto in Francia e Germania. Lavora per il Foglio. E' autore del romanzo "Addio, monti" (*Minimum Fax*, 2014). Vincitore dei premi Forte dei Marmi e Spotorno Nuovo Giornalismo (2015).

(segue dalla prima pagina)

Accanto al magazzino c'è un'altra stanza con una targhetta e una scritta: "L'artista estone Virge Brùl è presente a Merano", e si capisce che è la fondamentale mamma con cui Tyler gira il mondo. Tra le tele esposte, dei ritratti di cani con uniformi militari. Ci si lava le mani, si torna di là, TB sta ascoltando la radio di *Monocle* (la radio, intesa come oggetto, è un'edizione limitata-omaggio di *Monocle* al designer tedesco Dieter Rams, per anni a capo della Braun, papà di tutti i minimalismi elettrodomestici. La radio intesa come programmazione invece è *Monocle 24*, una delle sue ultime creature). Poi prende i suoi giornali, una *Zeit* e un *Financial Times*, e saluta, deve tornare su dalla sua mamma.

La seconda volta che incontriamo TB torniamo apposta a Merano, abbiamo appuntamento in un albergo. TB è in ritardo, scrive, si scusa. Poi compare alle spalle, dal giardino, forse da qualche suo pas-

"Il giornale, che comprende anche i caffè e i negozi, fa 25 milioni di ricavi annui, l'agenzia uguale (ma impiega la metà della gente). La radio fa 4 milioni di ricavi, poi ci sono i negozi, i caffè, iniziati per gioco"

saggio segreto. Ci sediamo e ci portano del pinot grigio, con la brocchetta, alla tedesca. Ha sempre degli shorts, una camicia che ho visto in vendita nel suo negozio, poi tanti bracciali, tipo Cruciani, e addirittura degli anelli d'argento che non si erano notati. Sembra più un avvocato di Roma nord a Formentera che un'icona di stile canadese-globale. E' gentile, sveglia, sorvegliato. Ha tante cicatrici, sulle mani, sul collo. Ha una storia alla Barney Panofsky. "Mio papà era campione di football, a Winnipeg". La mamma dipinge, appunto. "Si sono conosciuti al liceo, a Ottawa. Lei era l'artista hippy, lui lo studente-atleta manzo". Lei viene sempre con te. "Quasi sempre. Una volta nei miei viaggi veniva anche mia nonna, ma adesso è troppo vecchia". La sua vita è autobiografia del giornalismo. Dopo l'università in Canada se ne va a Londra e "con un colpo di fortuna mi danno un posto alla Bbc. Mi fanno provare ad andare in video, poi mi dicono, ah, carino questo accento canadese. Capisci, ero alla Bbc, mentre il mio posto naturale sarebbe stato di fare il lavapiatti come tutti all'epoca a Londra. Ma era il settembre 1989, c'era l'avanzare dell'Intifada, l'Unione sovietica stava crollando, un momento eroico per il giornalismo". "Io odio scrivere", dice poi a un tratto. "L'ho sempre odiato, anche oggi". "Forse ero pure bravo, ma sicuramente mi interessava di più la te-

levisione. Il mio idolo era Peter Jennings, un canadese che era diventato una star negli Stati Uniti, per noi avere successo in televisione in America era il massimo". Fa un programma per la Abc, uno per Channel 9 e poi finisce a Sky News come capo dell'ufficio di corrispondenza da Londra: "Era un bugigattolo nel quartier generale di Murdoch, eravamo io e la mia assistente Kitty, ma erano soldi americani, un lavoro americano, una Jaguar con l'autista, un'assistente. A ventiquattro anni. Una cosa fantastica". "L'ho fatto per un po' ma a un certo punto capisco che mi faceva schifo pure lavorare in tv. Nessun controllo sul tuo lavoro e sul prodotto finale, troppe persone che ficcano il naso nelle tue cose, e poi io pensavo che mi avrebbero mandato a Beirut a coprire qualche guerra, e invece mi mandano a seguire roba tipo Kevin Costner che è stato beccato a letto con una escort. Era una vita fantastica, ma un giornalismo di merda. Così mi licenzio e comincio a scrivere i miei articoli da freelance, per il *Guardian* e altri, guadagno meno ma cerco le mie storie. Nel 1992 mi trasferisco ad Amburgo. Scrivo per *Tempo*, *Focus*, *Die Voche*, comincio a guadagnare bene laggiù. Faccio profili, reportage, una volta becco la storia di copertina di *Stern* e scopro felicemente che viene pagata il doppio. Vado a fare un pezzo sui figli dei ricchi libanesi, viene titolato 'Beirut 90210', come Beverly Hills, me lo pagano 1.000 sterline e viene sindacato (cioè rivenduto in tutto il mondo, nda). Era molto fico lavorare così, tu trovavi una storia, andavi a seguirla, poi eri ripagato bene del tuo investimento". C'è stata un'epoca d'oro anche per i freelance, apprendiamo con malinconia!

"Poi l'associazione di Medici senza Frontiere cerca dottori, infermieri, ingegneri per andare in Afghanistan, e io sento che è una bella storia, quindi prendo un fotografo e partiamo (qui TB abbassa la voce) ed è lì che vengo ferito". Siamo a un capitolo fondamentale della morfologia della fiaba di TB. Ferito nel senso che pensavi di morire? "Uhm. Allora". Riflette per una decina di secondi. "Sì, effettivamente pensavo che sarei morto, sì, sicuramente". Pausa. "Andiamo all'ospedale, e mi opera il chirurgo svizzero che avevo intervistato il giorno prima per il mio articolo". A quel punto si notano e si capiscono tutte le cicatrici sul corpo di TB: "Una sulla spalla, e mi è uscita da qui (indica il petto)". Facciamo una battuta pessima: "Avevi una copia di *Monocle* sul cuore che ti ha salvato?". "Eh", non ride, "veramente ho ancora la maglietta coi buchi" - un altro proiettile gli è entrato in una gamba (sul polpaccio c'è una gigantesca cicatrice). "Poi nella mano sinistra. Poi un'altra sul collo. No danni cerebrali. No danni alla colonna. No danni alle corde vocali. Ho solo perso due denti. Sono un ragazzo fortunato". Credi in qualche religione? "No".

"Tre giorni di viaggio fino a Peshawar poi fino a Dubai poi finalmente Londra, un mese di ospedale, convalescenza e terapia. Non ho più potuto usare la sinistra, ero mancino, adesso uso la destra. Nel frattempo riflettevo sul futuro, il mio terapeuta mi dice-

va cose tipo 'impara a cucinare', insomma era tutto molto deprimente, finché un giorno, andando in ospedale, davanti al Conran Shop, vedo in edicola tutti questi giornali, di cibo, viaggi, case, design, e mi viene questa idea: vado da Barclays e mi danno un prestito agevolato per le piccole imprese da 130 mila sterline" (è un Tyler numero due, imprenditore, qui, che parla). Così nasce *Wallpaper*, mensile di massimo culto di design, architettura, viaggi e tecnologia, che quest'anno festeggia i vent'anni. "Mettiamo su una piccola squadra, un art director olandese, il mio amico Paul, un tipografo di Vienna, esce il primo numero grazie anche all'aiuto di Paolo Cesana, pubblicitario milanese; mi ricordo un sacco di viaggi a Milano nell'estate 1996. Ma dopo sei mesi non abbiamo più un soldo: vado a New York, faccio il giro delle sette chiese coi maggiori editori; riesco ad avere un incontro con Norman Pearlstine, allora boss di *Time* che mi dice: 'Puoi andare a Condé Nast, e ti

"Sai quale business ha i margini più alti? I libri. Abbiamo fatto quindici guide di viaggio (belle, per esempio quella di Vienna contiene un saggio sulla presenza delle spie), ne faremo altre dieci l'anno prossimo"

diranno come fare *Wallpaper*, puoi andare da Fairchild, ti diranno esattamente come fare *Wallpaper*, puoi venire da noi e noi non sappiamo un cazzo di cosa è *Wallpaper*, né ci interessa, ma ti daremo ugualmente dei soldi. Se sei un giornalista vero capisci da te qual è la migliore offerta". "Quindi facciamo l'accordo con loro, ci danno un milione di dollari, all'epoca una cifra enorme, ripaghiamo tutti i debiti, e il giornale decolla. Chiaramente, era la fine di un'epoca. Per quattro anni e mezzo è stato bello finché Aol e Time Warner si sono fuse, alla ricerca del Sacro graal della new economy". Altro capitolo dell'autobiografia del giornalismo: il divorzio da *Time*, e Tyler contro la new economy. "A quel punto cominciano ad arrivare in redazione i diciannovenni con master in business administration. Gente coi più ridicoli business plan per fare commercio elettronico e cose di questo genere". Lui lascia: *Wallpaper*, primo colpaccio di TB, è stato venduto per 1,6 milioni di dollari. "Fondiamo *Wink Media*, un'agenzia creativa". "Nel frattempo avevo scritto un pezzo su un giornale svizzero sulla *Swissair* appena fallita, una cosa tipo, 'ehi, state qui a discutere sul come e se salvare la compagnia, svegliatevi, siete uno dei paesi più ricchi del mondo', allora mi chiama l'amministratore delegato e ci dà l'incarico per la nuova immagine di *Swiss*, e ci piovono addosso un sacco di soldi".