

È questo il futuro della carta stampata secondo Riccardo Ruggeri, creatore di New Holland

Giornali snelli e specializzati

Usando l'analisi, non dei dati, ma dei segnali deboli

DI GIOVANNI MADDALENA

Riccardo Ruggeri è un piccolo fenomeno di comunicazione degli ultimi anni. Scrive tutti i giorni un pezzo, un Cameo, ora anche una rassegna stampa, legge il mondo attraverso una originale analisi organizzativa continua. Poi scrive libri, viaggia. Prova a capire ciò che accade a partire da una lunga esperienza che gli ha fatto vedere tanti mondi in tante epoche, da quello operario a quello delle élite e dell'establishment, di cui si sente membro, nonostante tutto. Quando parla ha il sapore del verbo del popolo e della competenza delle élite. O forse, come dice lui, dell'ovvio, che molti percepiscono e nessuno dice. Inventore di New Holland, la prima, vera, multinazionale della Fiat, creatore di startup, ora giornalista con i suoi followers (pochi ma veri, ci tiene a precisare) e «nemico» di Silicon Valley. Considera questo mondo una minaccia per l'Occidente.

Domanda. Nuova vita giornalistica, Ruggeri?

Risposta. La mia attività è come una bottega artigianale: può vivere da sola, sulla Rete e/o in un giornale. Produco tutti i giorni un Cameo che ha una sua linea editoriale, chiara e indipendente da ogni partito-movimento: sono un liberale *nature* (non liberista, non liberal, non libertario) e un cattolico *nature* (quando Francesco parla di dottrina sono ovviamente con lui, quando parla Bergoglio lo ascolto con umano rispetto, a volte riesce pure a coinvolgermi).

D. Cosa intendi fare in concreto?

R. Diventare un fornitore (a prezzo zero) di prodotti finiti a forme di giornalismo orientate al cambiamento, che diano visibilità alle mie analisi sul *Ceo capitalism*. Essere nemico di questo capitalismo è ormai la mia vita.

D. Che valore ha la carta stampata oggi?

R. I colti signori del *Ceo capitalism* dicono che è morta, io, per quel che vale (nulla), combatto perché sopravviva. Ce la farà, ma in forme nuove, più magre, più agili.

D. Come vedi il mondo dei tuoi colleghi giornalisti?

R. I grandi vecchi sanno di averla sfangata e pontificano sul nulla, quelli di mezza età fingono ma sanno che

con questo modello la loro attività sarà presto inutile e comunque sottopagata. I giovani conoscono già il loro destino: gig economy, cioè portare pacchi per Amazon o parole per il *Washington Post*.

D. E i vecchi, grandi giornali?

R. Il destino dei giornali è segnato. Oggi il giornale, con pezzi tutti allineati è uno spreco assurdo di parole, sta diventando un prodotto illeggibile, quindi invendibile. Con questo modello, il cartaceo non si salva, ma non si salva neppure la versione .it, costruita con le stesse logiche. Nel mondo del business, quando questo succede, si deve cambiare paradigma, occorrono nuove strategie, spesso uomini nuovi.

D. Hai in mente un nuovo prodotto?

R. Il giornalismo, come lo concepiamo oggi, non arriverà più al popolo. Le élite avranno dei giornali per loro, come avveniva al tempo di Cavour, quando gli analfabeti erano il 90%. Sto riflettendo su questo modello.

D. Qualche caratteristica di questo giornalismo elitario nuovo?

R. Siamo in una fase magmatica: un punto fermo è che si dovrà pagare. Nasceranno modelli di business diversi, tarati sulle esigenze di certi lettori. *List* di Mario Sechi, «no banner, no junk news, no click», e la rassegna video di Nicola Porro, dal pensiero colto ma dal linguaggio popolare, vanno in questa direzione. Ovviamente rimarranno i cartacei di nicchia o iper specializzati ma dovranno cambiare anche loro. Intendo inserirmi in questo filone facendo il fornitore di «prodotti finiti» (Cameo, Rassegna Stampa, Video) ceduti a questi nuovi attori, cartacei compresi. Ceduti gratuitamente, perché il mio obiettivo non è il guadagno ma la visibilità delle mie idee contro l'attuale modello di *Ceo capitalism*. Mi auguro che altri, nelle mie condizioni, seppur con altri ideali, lo facciano.

D. Il metodo rimarrà lo stesso?

R. Sono un analista che usa strumenti che non sono quelli classici dell'analisi politica. Mi avvalgo della mia esperienza di esperto nello studio di organizzazioni umane complesse e in crisi: quando si lavora sui costi,

aziende e stato soggiacciono alle stesse logiche. Divergono solo nella distribuzione degli utili, purché, prima, gli utili ci siano.

D. Però non guardi i numeri per fare la tua analisi.

R. No, guardo i segnali deboli. Quando devi risanare un'azienda tecnicamente fallita non puoi applicare le regole dell'analisi classica, cioè analizzare prodotti, mercati, produzione, organizzazione, costi, prospettive. Manca il tempo. Così mi avvalgo della tecnica dei segnali deboli. Un esempio banale: quando scoprii che Fiat e Ford agricoltura erano fallite ma avevano 55 manager nella Pianificazione strategica non feci alcuna analisi costi/opportunità: licenziati tutti. La struttura e il mercato capirono il messaggio sotteso. I segnali deboli velocizzano il processo decisionale privilegiando la sensibilità manageriale alla burocrazia.

D. Una definizione di Ceo capitalism?

R. È un capitalismo degradato dove il potere viene tolto alla politica e passa ai Ceo, i quali, a loro volta, lo tolgono alla proprietà. Sono i nuovi principi del Rinascimento ai quali tutto è concesso. In realtà sono dei deal maker. Parlano di mercato ma lo hanno anestetizzato, lo scontro è finto perché

è solo fra monopoli. Hanno inventato la disruptive innovation, che banalmente significa «corrompere» la politica per far fare delle leggi a proprio favore, eludere le tasse, costruire monopoli. Ma se provi ad applicarla contro di loro, ti distruggono.

D. Non è qualunquismo il tuo?

R. No, è analisi dei fatti che si leggono tutti i giorni. Filosoficamente, la prima idea del *Ceo capitalism* consiste nel mettere al centro il consumatore e non più il lavoro, cioè si riducono il lavoratore e il capitale in funzione del consumatore. Si livella tutto verso il basso, impoverendo la classe media, rendendola simile a quella povera, che si farà sopravvivere con il reddito di cittadinanza: zombie o schiavi dell'Atene di Pericle. Il cammino inverso di quello voluto da Henry Ford o da Vittorio Valletta.

D. Altre idee di fondo?

R. La seconda idea di fondo è il lavorare sullo stile di vita dei consumatori. Ti vendono uno stile di vita simile a quello dei rotocalchi, ma in realtà è un mix di fuffa e cipria. È vero che paghi 19 € per andare a Londra ma, nel frattempo, hai dato loro gratis i tuoi dati, loro ricevono contributi pubblici che derivano dalle tue tasse sottratte al welfare, compri nei negozi che loro ti indicano, fai i percorsi dove essi ti guidano, sempre «a poco prezzo». Infine, loro non pagano le tasse che invece

tu paghi. Allora meglio il capitalismo classico: pagavo prodotti e servizi a prezzi di mercato e loro pagavano le tasse.

D. Lo stile di vita ha poi una grande uniformità di pensiero, sull'etica per esempio.

R. Passeremo dalla provetta all'eutanasia invece che dalla culla alla tomba.

D. Confermi il tuo slogan «impoverire la classe media, sedare quella povera»?

R. Assolutamente sì, ormai, come diceva il Duce (Fiano mi perdoni) il «solco è tracciato».

D. Qualcuno delle élite ti dà ragione?

R. La fascia medio bassa delle élite, di cui orgogliosamente faccio parte, è da aiutare. Devono prendere consapevolezza che, con questo modello, e relative ricette, vanno al suicidio. È incredibile il numero di email e telefonate che ricevo in proposito.

D. Sei soddisfatto di Trump?

R. Ho considerato un regalo all'umanità la sconfitta di Hillary Clinton, degna erede di Bill Clinton, George Bush, Barack Obama che in un quarto di secolo hanno sparso diossina economicoculturale in tutto l'Occidente. Donald Trump, un accidente della storia, fa quello che poco più della metà degli americani vuole che faccia: lo «street fighter». Il fatto che tutta la stampa di regime, le felpe californiane, i liberal da limousine, lo odino visceralmente è una garanzia di cambiamento. L'importante non è stata la vittoria di Trump ma la sconfitta dei New Borboni, questi «suprematisti bianchi 2.0» che vogliono farci vivere in una dittatura immersa in una nuvola di cipria.

D. Vorresti Grillo al potere? Anche lui è anti élite.

R. Per ora il M5s è una nave portacontainer di materiali alla rinfusa. Ne riparleremo quando, frantumandosi, prenderà una forma definitiva: traghetto, mercantile, nave da guerra.

D. Vedi qualche buon segnale in giro?

R. Alcuni. Oltre all'uscita di scena dei New Borbone, il caso Brexit, i paesi dell'Est, l'inquietudine che attraversa l'Europa sono segnali deboli importanti. I grandi nodi stanno arrivando al pettine. E incomincia a circolare la convinzione profonda che il mondo non può essere governato da idioti integrali come sono i principini di Silicon Valley. I giovani un giorno impareranno ad alzare gli occhi dallo smartphone, guarderanno il cielo, e diranno: basta! Io, ottusamente, ci credo.



Riccardo Ruggeri