

Parlare di Michael Bublé può anche essere stucchevole e sicuramente è ininfluente (tra l'altro due aggettivi che si adattano perfettamente alla sua musica). Ma solo se ci si appropinqua al soggetto come se fosse un artista qualunque. Errore, Michele, che è un intenditore, va studiato come si studia un marchio, un'azienda, una slot-machine, una macchina da soldi insomma. Prendete il suo sito, www.michaelbuble.com : vi accoglie una slide con quattro di quattro faccioni, uno per confermarvi che sì, siete proprio nel suo sito; una con la sua foto attuale e quella di quando aveva 7 anni che, in un "3 D lenticolare" recita il comunicato stampa, unite nella copertina del CD; una con la foto del suo nuovo profumo, By Invitation, fine fragrance for women, presentato il 24 agosto scorso a New York; e l'ultima che vi conduce al suo fan club, dove avreste potuto acquistare per soli 123 dollari e 99 centesimi il Luxury Package e cioè disco autografato, profumo, porta-occhiali e borsa (di pezza) del vostro amato; avreste, se foste stati veloci, perché tutto quel ben di dio è sold-out, terminé, finito; dovete accontentarvi del Glam package a soli 97 dollari (e 99 certo) da cui il crudele ha tolto l'autografo e la borsa (di pezza). Che importanza volete poi che abbia la musica: 10 brani, 35 minuti scarsi di brani originali (dove si fa aiutare da Meghan Trainor e da Black Thought uno dei Roots), standard ("The Very Thought of You", "My Baby Just Cares for Me", classici del pop ("God Only Knows", sì quella di Brian Wilson) e due brani curiosamente usciti nel mercato anglo-sassone a pochi mesi di distanza, ma nel 1961, "My Kind of Girl" e "On a Evening in Rome (Sott'er celo de Roma)", originariamente cantate da Matt Monro e Dean Martin. Ecco il punto: Bublé vive nel 1961, in pieno boom economico, tra Vacanze Romane e Dolce Vita, in cui in Italia "c'è la luna brilla e strette/ Strette come è tutta bella a passeggiare/Sotto il cielo di Roma" (cit.). E Nessuno, tranne lui, può permettersi di cantare a metà tra Bobby McFerrin e Louis Prima, nella canzone che dà titolo all'album, un manifesto programmatico, anzi, meglio, un piano industriale vero e proprio. Dling dling, due ciliegie e una fragola, un altro gettone please.

(Danilo Di Termini)