

A Palazzo Zevallos**L'allarme di Meloni: «I media hanno perso la sfida digitale»****Ugo Cundari**

Bisogna rassegnarsi, dice Vittorio Meloni, dire addio alla carta stampata. Prima o poi toccherà leggere solo su piattaforme digitali, il quotidiano cartaceo sarà un ricordo, spiega il responsabile delle relazioni esterne di Intesa Sanpaolo, nel saggio dal titolo nicciano *Il crepuscolo dei media* (Laterza, pagine 144, euro 13), che si presenta domani alle 18 a Palazzo Zevallos Stigliano con un dialogo tra l'autore e il vicedirettore de «Il Mattino» Federico Monga.

L'editoria tradizionale è allo stato terminale?

«I media di tutto il mondo sono un'industria in trasformazione a causa di un processo generato dal cambiamento tecnologico. La tecnologia non è nata oggi, Internet lo usiamo da decenni, ma gli effetti della trasformazione digitale che investe tutti i settori dell'industria contemporanea dei media li vediamo oggi».

Chi ci guadagna?

«Le nuove piattaforme di distribuzione di contenuti e di conoscenze, come Facebook, che si stanno di fatto sostituendo alle piattaforme distributive tradizionali

di conoscenze e informazioni, radio e tv generaliste comprese: dai loro ascolti è scomparsa la fascia di età dai quaranta anni in giù».

Che usa solo la rete?

«Sì, a cominciare dai social network: YouTube ha più utenti della più grande tv del mondo».

Chi guarda allora la tv generalista?

«Gli anziani. L'età media, a cominciare dai programmi di prima serata, è al di sopra dei 60 anni».

E la carta stampata?

«Subisce la concorrenza della rete in quanto tale, che fornisce la stessa informazione a costo zero, e una diminuzione naturale dei lettori per la perdita dell'abitudine a leggere il giornale come tradizionalmente inteso».

Una soluzione possibile?

«Seguire l'esempio dei quotidiani che puntano ad avere lettori fidelizzati con prodotti di qualità esclusivi, digitali e a pagamento, senza pubblicità e su tutte le piattaforme possibili. I numeri danno ragione a questi esperimenti. Dei tre milioni di lettori del «New York Times» il 60% è digitale. L'Italia è indietro, non ha investito sulla banda larga né sulla cultura digitale».

**Il caso**

«Per i giovani Facebook e YouTube sostituiscono anche radio e tv generaliste»

© RIPRODUZIONE RISERVATA

