

IL TYCOON/MOSES ZNAIMER

Il guru della televisione "La carta non morirà"



«L'informazione su carta non morirà, perché la carta fa opinione ed è più bella da leggere». Parola di Moses Znaimer, guru canadese della comunicazione, che questa sera apre gli incontri "Meet the media guru". Secondo Znaimer la tv avrà futuro se parlerà agli anziani.

ANNARITA BRIGANTI A PAGINA XIII

L'intervista/ Moses Znaimer

Il tycoon canadese apre stasera al Museo della Scienza il nuovo ciclo di incontri Meet the Media Guru. E qui spiega le sue strategie per il futuro della comunicazione

Le news della porta accanto

"La tv resta giovane se parla ai più anziani"

ANNARITA BRIGANTI

DICONO che mettesse in onda un programma in ventiquattr'ore, se lo vinceva l'idea. Si definisce «un settantenne con un corpo da quaranta-

cinquenne e sentimenti da teenager». Profugo figlio di ebrei in fuga dal nazismo, ha creato un impero televisivo dal nulla. Moses Znaimer arriva da Toronto a Milano per inaugurare la nuova edizione di Meet the Media Guru. Il "salotto" della cultura digitale, giunto al suo undicesimo anno,



ideato da Maria Grazia Mattei, si occupa stasera di "media innovation". L'appuntamento con il tycoon canadese, classe '42, nato in Tajikistan, è al Museo della Scienza in via San Vittore 21, ore 19 (ingresso libero con prenotazione obbligatoria sul sito www.meetthemediaguru.org). Le conclusioni della sua lecture, che anticipiamo, vanno in controtendenza sul futuro della comunicazione. La carta non sparirà, l'informazione locale vincerà su quella globale e l'audience di riferimento non ha vent'anni, ma è quella degli ex "baby boomers", un target dai 45 anni in su che dispone di soldi e tempo.

Znaimer, qual è l'intuizione di cui va più fiero?

«La televisione di strada. Quando ho fondato la mia prima tv, nel '72, un nero o un cinese difficilmente erano mandati in onda su un canale nazionale. Il multiculturalismo è uno dei temi che m'interessano, vista anche la mia biografia. E poi, l'interazione con gli spettatori da casa e i primi reality show. Non raccontare la società dal centro, con pretese nazionali, come fanno tutti, ma descrivere gli avvenimenti dove si verificano, con particolare attenzione ai confini dell'impero. Il meteo è locale, gli eventi a cui partecipare sono locali».

È vero che sta per lanciare un nuovo social network?

«Non posso confermarlo, ma, certo, la mia nuova compagnia, ZoomerMedia, comprende tv, radio, un mensile cartaceo e portali, compreso quelli di incontri, per un target "over". La più grande invenzione della nostra epoca è l'allungamento della vita. Un bambino che nasce oggi potrebbe diventare centenario. E che ne facciamo, dei pensionati? Li informiamo, li intratteniamo. In Canada sono presidente della più grande associazione no profit, che ne riunisce circa trecentomila».

Come classificherebbe, in base alle prospettive che hanno, televisione, carta e web?

«I ricavi maggiori vengono dalla televisione, ma la vera penetrazione nelle opinioni della gente ce l'hanno i giornali di carta, che creano opinioni durature, oltre a essere più belli da leggere. Leggo sempre con una penna a portata di mano, ho bisogno di prendere appunti. Gli utilizzatori forti usano tutti e tre questi canali. Le serie televisive tipo *Mad Men* stanno facendo concorrenza alla letteratura, sono state una reazione comprensibile alla scarsa qualità che talvolta il mezzo televisivo ha mostrato. La curva di crescita più a rischio è quella della rete. Sul web è tutto troppo veloce, anche nel suo sgonfiarsi».

Il "Berlusconi del Canada" è mai stato tentato dalla politica?

«Me l'hanno chiesto varie volte. Ma i politici passano la maggior parte del tempo in televisione senza concludere niente, perché dovrei passare dall'altra parte della barricata? Non ho studiato nelle business school, ma ho seguito un percorso filosofico, con le superiori in una scuola parrocchiale. Ai ragazzi consiglio di ragionare da artisti: progetti a breve termine e creazione di un proprio "brand", senza mai scendere a compromessi».



ZOOMER MEDIA

È il nome del gruppo di Moses Znaimer che comprende televisione, radio, un mensile cartaceo e portali internet. In alto, Znaimer