

Ecco «The Daily», il quotidiano solo per iPad

MILANO. Un nuovo giornalismo che si adatti al cambiamento dei tempi e possa contribuire a far tornare redditizio un mercato ormai asfittico. La sfida era già stata lanciata: prendere il meglio dell'editoria tradizionale e fonderlo con l'eccellenza tecnologica. Con un paio di settimane di ritardo rispetto al previsto, ieri Robert Murdoch dal Guggenheim Museum di New York ha finalmente svelato «The Daily», il suo quotidiano per iPad: costerà 14 centesimi al giorno, l'abbonamento settimanale 99 centesimi, quello annuale 40 dollari. «Nell'era dei tablet, The Daily sarà una voce forte e innovativa, in grado di replicare la magia dei quotidiani tradizionali», ha sottolineato il magnate dell'editoria. Durante la presentazione ufficiale a New York, in copertina c'era



un'immagine dell'Egitto agitato dalla protesta di questi giorni. Poi è bastato un clic per scoprire, al di là dello schermo un universo multimediale tutto da scoprire: video audio e fotografie navigabili a 360 gradi. The Daily avrà l'affidabilità di un quotidiano tradizionale, forte di 100 giornalisti fra cui anche molti ex blogger, un investimento di 30 milioni di dollari e uffici a New York

e Los Angeles. Ma, come ha precisato Murdoch, si «sfoglierà» esclusivamente online perché «non c'è carta, nessuna tipografia da milioni di dollari, nessun camion» per portare le copie in edicola. Insomma, grandi ambizioni ma costi bassi. Contrariamente ai siti web The Daily verrà aggiornato solo poche volte al giorno e verrà consegnato sull'iPad automaticamente ogni mattina attraverso l'edicola elettronica della Apple, iTunes. Oggi sono 14,8 milioni gli iPad venduti e Murdoch prevede che entro il 2012 saranno 50 milioni. Una stima che tiene anche conto del lancio, previsto per aprile, del nuovo iPad2, dotato di uno schermo con maggiore risoluzione grafica e due telecamere.

Claudia La Via