

Informazione. Parte la sperimentazione. Il 100% dei ricavi andrà agli editori

Facebook, al via le news a pagamento

Luca Tremolada

Facebook conferma quanto annunciato a luglio e tende la mano agli editori offrendo loro l'opportunità di "offrire" abbonamenti a notizie a pagamento dentro al servizio Instant Articles su smartphone. Sono contenuti, articoli, notizie ottimizzate per la visualizzazione da smartphone che vengono caricati in maniera molto più veloce e permettono quindi una maggiore leggibilità. «A breve - ha sorriso Alex Hardiman oggi direttore dei News Product di Facebook nel corso di un incontro nella sede milanese - daremo il via a una sperimentazione con dieci editori internazionali tra cui uno in Italia. Se i

test andranno bene saremo pronti a offrire questa possibilità a tutti gli editori». La novità rispetto a quanto annunciato a luglio è che «il 100% dei ricavi andrà agli editori». Alex Hardiman, un passato al New York Times, lo ripete due volte perché sa che questo è un punto di vera frizione. Il social network non tratterrà nessuna percentuale. Due i modelli di pagamento che saranno testati da Facebook in partnership con gli editori. Il primo consentirà di leggere gratis fino ad un certo numero di articoli e poi scatterà il paywall. Il secondo è la modalità "freemium", in base alla quale saranno gli editori a decidere quali contenuti offrire gratis sul so-

cial network e quali a pagamento.

Gli Instant Articles, scrive Fb, renderebbero più di 1 milione di dollari al giorno agli editori. L'impressione è che sulla scia della Google Digital News Initiative anche Facebook si sia messa a lavorare seriamente a una sorta di "give back" per il mondo degli editori tradizionali tradizionalmente tramortiti dallo strapotere di queste grandi piattaforme sovranazionali. L'agenzia eMarketer stima che nel 2016 Facebook e Google abbiano rastrellato il 60% della spesa in pubblicità su pagine elettroniche nel mondo.

@lucatremlada

© RIPRODUZIONE RISERVATA