

Facebook, gli «instant articles» ora in Italia

Debutta il servizio lanciato a maggio negli Usa: più veloce leggere notizie sul telefonino dal social network

I numeri

● Il social network fondato da Mark Zuckerberg conta in Italia 25 milioni di utenti attivi

● Oggi il 71 per cento dei giovani italiani si informa via Facebook (contro l'88% degli Usa)

● Di questi, 21 milioni lo usano ogni giorno e 23 milioni almeno una volta al mese

● In crescita coloro che si collegano da mobile (tablet o cellulari): oltre un quinto degli iscritti (6,8 milioni) lo usano solo così, mentre sono 18 milioni quelli che si connettono in questo modo almeno una volta al giorno

MILANO Facebook punta decisa sul mondo dell'informazione e arriva anche in Italia «Instant articles». Il servizio, lanciato lo scorso 13 maggio negli Stati Uniti, che consente di leggere gli articoli direttamente all'interno del social network.

Nel nostro Paese, diverse testate tra cui *Corriere della Sera*, *La Stampa*, *Fatto Quotidiano*, *Repubblica* o siti internet come *Fanpage.it* e *Today.it* hanno deciso di collaborare con il colosso di Menlo Park che punta a diventare la più grande edicola virtuale del mondo con un potenziale di 1,5 miliardi di lettori.

Sempre più spesso la lettura di notizie avviene tramite *smartphone* e *tablet*. Però, il passaggio delle notizie non sempre è veloce perché occorrono in media otto secondi per poter vedere le oramai immancabili gallerie di foto o i video. Un tempo di attesa che infastidisce la gente. A detta di Facebook proprio gli articoli sono «il contenuto più lento caricato su questo social».

Per ovviare a queste problematiche, garantiscono gli uomini di Mark Zuckerberg, attraverso il nuovo servizio le notizie, invece, verranno caricate in un tempo dieci volte più veloce perché le testate giornalistiche caricano i loro contenuti interattivi direttamente su Facebook. Insieme ai testi, infatti, gli articoli possono essere corredati da video; da gallerie di immagini ad alta risoluzione che si zoomano ed esplorano semplicemente inclinando il

cellulare; è previsto anche l'ascolto audio delle didascalie e si possono visualizzare mappe interattive con i luoghi raccontati dai giornalisti oppure si può mettere «mi piace» e commentare non solo tutto

l'articolo ma anche solo singole parti.

«Il nostro obiettivo è fare in modo che l'esperienza delle persone su Facebook sia la migliore possibile — afferma Luca Colombo, country manager

Italia — e per questo abbiamo ascoltato le loro richieste mostrando ciò che vorrebbero vedere all'interno del proprio News Feed (flusso di notizie. ndr)».

Negli scorsi mesi si è molto

dibattuto fra gli esperti di media se questo nuovo modo di leggere sul *social network* avrebbe ulteriormente cannibalizzato l'editoria o se invece l'avrebbe aiutata visto che, secondo gli ultimi dati disponibili, negli Stati Uniti oramai l'88 per cento dei giovani dichiara di informarsi principalmente tramite Facebook mentre, nel nostro Paese, si scende al 71 per cento.

«Siamo consapevoli di essere diventati una piattaforma rilevante per gli editori — spiega Luca Colombo — che permette loro di raggiungere un'audience maggiore e di sostenere in

Il formato

Insieme ai testi anche video e gallerie di foto che si ingrandiscono inclinando il cellulare

questo modo il proprio business. Siamo entusiasti di poter collaborare con gli editori per soddisfare al meglio le loro esigenze con l'introduzione di instant articles».

Le aziende editoriali non si sbilanciano. «Siamo in fase di sperimentazione ed è troppo presto per dare giudizi — dice Nicola Speroni, direttore di divisione del *Corriere* — vediamo come vanno i primi risultati per capire poi come fare evolvere il servizio».

Alessio Ribaldo

@AlessioRib

© RIPRODUZIONE RISERVATA