

Un paywall per l'applicazione della società della mela. Da Microsoft un'app di notizie

Apple studia News a pagamento con contenuti premium degli editori

DI ANDREA SECCHI

Un paywall per News, l'applicazione di Apple per iPad e iPhone lanciata al momento solo negli Usa. La società della mela, secondo la stampa Usa, sta infatti preparando un sistema per permettere il pagamento degli articoli inseriti dagli editori, al momento un centinaio fra i quali quelli di *Wall Street Journal*, *Economist* e *New York Times*. In questo modo, News avrebbe un'offerta premium, completamente differenziata da quella di Instant Articles di Facebook, che non prevede l'opzione di inserire pezzi a pagamento, così come da quella di Accelerated mobile pages di Google che dovrebbe fare il suo debutto il prossimo mese.

Il progetto, ovviamente non confermato dall'azienda di Cupertino, sarebbe in linea con le caratteristiche dell'offerta complessiva di Apple: gli utenti dei suoi prodotti sono più propensi a pagare i contenuti rispetto a quelli dei dispositivi Android e la presenza di una carta di credito nell'account è praticamente la norma. Oggi sono pochi i quotidiani a pagamento online che hanno aderito a News. Fra tutti il *Wall Street Journal*, che inserisce solo alcuni articoli interamente. L'alternativa, infatti, per chi desidera far pagare i contenuti, al momento è inserire solo un estratto e rimandare poi al sito.

In pratica sono due le strade che Apple

potrebbe seguire per inserire il paywall: permettere un'autenticazione per singola testata di volta in volta, in modo tale che chi ha già un abbonamento riesca a leggere gli articoli, oppure far passare i pagamenti direttamente dal suo App store e quindi trattenendo il 30% degli introiti che andrebbero agli editori. Già oggi alcuni servizi si possono pagare direttamente passando dall'app store, ma è emblematico il caso di Spotify, l'app per lo streaming di musica: acquistandola sul sito si pagano 9,99 euro al mese, sull'app store 12,99 euro perché la società proprietaria dell'app non vuole vedere ridotto il suo ricavo e quindi incoraggia all'iscrizione sul proprio sito. Da vedere, invece, se l'azienda guidata da **Tim Cook** riuscirà a creare un prodotto con un unico abbonamento da cui poter scegliere poi gli articoli che si desidera: qui bisogna avere la disponibilità degli editori e, soprattutto, trovare l'accordo su quanto poi debbano essere pagati i singoli articoli.

Nel frattempo chi fosse curioso di vedere News, anche se l'app non è stata ancora lanciata in Italia, può comunque usare uno stratagemma: basta scegliere come regione Stati Uniti nelle impostazioni dell'iPhone o dell'iPad e poi riavviare il dispositivo per vederne comparire l'icona.

E che l'informazione siano un contenuto molto ambito e pregiato lo dimostra anche un'altra notizia: Microsoft ha lan-

ciato ieri (ancora negli Usa) News Pro, un'applicazione sempre per i prodotti della mela dedicata alle notizie proprio sullo stile di News di Apple. L'obiettivo di Microsoft è di offrire un'esperienza personalizzata, per questo ha inserito il suo motore di ricerca e vi si può accedere tramite il proprio account di LinkedIn o Facebook per ottenere notizie rispondenti ai propri interessi.

Tornando ad Apple, nella tarda serata di martedì ha annunciato i risultati finanziari dell'ultimo trimestre (il primo trimestre fiscale 2016 per l'azienda): fatturato record di 75,9 miliardi di dollari (+1,7%, 69,7 mld di euro) e un utile netto trimestrale di 18,4 miliardi di dollari (+2,2%, 16,9 mld di euro). Risultati strabilianti per qualsiasi società, ma gli analisti erano abituati a ben altra crescita. In particolare si sono concentrati sulle vendite dell'iPhone, la gallina dalle uova d'oro della mela: si aspettavano 76,3 milioni di unità nel trimestre, mentre ne sono state vendute 74,8 milioni (74,5 milioni un anno prima). Ma il problema è che il trimestre attuale potrebbe essere il primo a registrare un calo delle vendite di questo prodotto: colpa del dollaro forte, ha spiegato il ceo durante la conference call, ma anche delle difficoltà economiche della Cina, uno dei maggiori mercati della mela, e in alcuni trimestri il maggiore avendo superato anche gli Usa.