

Il New York Times diventa gratuito

Pubblicato: Mercoledì 19 Settembre 2007

✖ Su Internet si possono fare i soldi con le notizie? Probabilmente sì, da sempre per dirlo il modello proposto è stato quello del **New York Times**. Il quotidiano online più letto al mondo, con **tedici milioni di visitatori unici al mese**, ha sempre ottenuto introiti record dal web, tanto da annunciare di voler **passare definitivamente all'online entro cinque anni**. Allora dovrebbe destare scalpore e preoccupazione l'**annuncio di oggi** (mercoledì 19) fatto dall'editore: il popolare quotidiano, infatti, ha deciso di **rendere gratuiti tutti i contenuti**, eliminando ogni forma di abbonamento.

Muore così il servizio TimeSelect, che per 7,95\$ al mese consentiva di leggere i migliori editorialisti come Maureen Dowd e Thomas Friedman, oltre a consentire l'accesso agli archivi dal 1987 a oggi. L'abbonamento non portava profitto? No, affatto. Secondo i dati ufficiali, infatti, **gli iscritti erano duecentoventisettemila, un numero in grado di portare dieci milioni di dollari all'anno alle casse del giornale**.

La scelta è avvenuta in base ad una proiezione più precisa, che tiene conto delle diverse abitudini degli utenti di Internet. Molti lettori, infatti, accedevano alle pagine del New York Times attraverso motori di ricerca come Google, e rimanevano "bloccati" di fronte alla protezione del servizio a pagamento. **Se quei lettori avessero potuto accedere gratuitamente alle pagine, avrebbero potuto vedere dei banner pubblicitari che invece non sono stati visti**. Calcolando gli introiti che deriverebbero dai banner, gli editori hanno previsto guadagni ancora maggiori dalla soluzione gratuita rispetto a quella blindata.

Non solo, proprio per ribadire i motivi della scelta, ora il New York Times non solo renderà gratuito l'accesso agli archivi dal 1987 in poi (cosa che si otteneva con l'abbonamento), ma **riverserà liberamente online anche i contenuti del periodo 1851-1922**, ormai di pubblico dominio. In questo modo questo preziosissimo archivio storico, opportunamente accompagnato dai banner, diventerà una nuova fonte di guadagno.

"Tutto è gratuito sul web ed è normale che i lettori tendano a spostarsi su internet", ha detto **Alan Mutter**, ex editore del San Francisco Chronicle e proprietario di un blog specializzato in internet. "Più visitatori hai sul tuo sito, più puoi vendere (pubblicità)", ha aggiunto Mutter. "Al momento sembra essere un'ottima idea".

Con il passaggio del New York Times alla soluzione totalmente gratuita, tutti i grandi della comunicazione online sono ormai fautori di questa scelta. **L'unico a resistere è il Wall Street Journal** ma, dopo il passaggio della proprietà all'azienda di Murdoch, in molti prevedono il passaggio anche di questa testata a soluzioni finanziate dalla pubblicità.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

