

Media. Le news dei siti internet del gruppo l'Espresso costeranno da 1 a 5 centesimi

De Benedetti: farò l'iTunes delle notizie

Luca De Biase

Le notizie della Repubblica si pagheranno da 1 a 5 centesimi, se passerà l'idea di Carlo De Benedetti, presidente del Gruppo L'Espresso. L'Ingegnere lo ha detto ieri nel corso di un dibattito dal titolo "Come l'Italia può tornare a correre", organizzato dall'Alumni Mip Association, l'associazione degli ex studenti del master in business del Politecnico di Milano, al Grand Hotel Villa Torretta, a Sesto San Giovanni, vicino a Milano.

De Benedetti non si è lasciato sfuggire l'occasione che gli è stata offerta da una domanda dal pubblico per tornare sul tema della sostenibilità dei giornali

nell'epoca di internet, al quale aveva tra l'altro dedicato un intervento sulle colonne del Sole 24 Ore, il 21 maggio scorso.

«Le notizie devono essere pagate. Ma il problema principale è il sistema per effettuare facilmente i micropagamenti» ha detto De Benedetti. «Se uno deve rompersi le scatole con una trafila lunga e fastidiosa, sarà disincentivato a pagare. Ma ora il modello c'è: iTunes». La piattaforma per la vendita di contenuti online della Apple è stata citata da De Benedetti come una soluzione straordinaria: «I miei nipoti ci spendono cifre esorbitanti, generando non poche perplessità in mio figlio» ha sorriso

De Benedetti. «Ma il fatto è che iTunes è un servizio molto comodo per pagare le piccolissime cifre che servono a comprare i contenuti in rete».

De Benedetti ci crede: «Penso che proporrò all'Espresso di copiare l'architettura della piattaforma iTunes per vendere i contenuti del Gruppo. Le notizie si dovrebbero vendere a un prezzo molto basso, da 1 a 5 centesimi. Ma questo non potrebbe avvenire se il sistema per farlo fosse troppo complicato». In effetti, su iTunes le persone si iscrivono e registrano gli estremi della loro carta di credito. Da quel momento, ogni volta che vogliono comprare, per

esempio, un brano musicale non fanno che pigiare un bottone e scaricare il contenuto desiderato sul loro computer o sul telefonino. Alternativamente, i clienti possono acquistare una carta prepagata e digitare il codice: il sistema scalerà dall'ammontare totale il costo dei singoli contenuti fino all'esaurimento del credito.

Da tempo gli editori si interrogano su come rendere sostenibile il loro business in un contesto nel quale internet ha abituato i lettori a trovare le notizie gratuitamente in rete. Resta da chiarire se un solo gruppo editoriale potrà permettersi di scegliere da solo questa strada.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

