



## dal'estero **Mercato Google vuole semplificare la vita agli editori: nessun limite ai contenuti gratis prima del paywall**



Dal "first click free", che consentiva di leggere tre notizie gratis prima di quelli a pagamento, a un modello "flexible sampling"

di ANNA MARIA CIARDULLO

Google mette fine alla politica del "First click Free" su Google News e lancia il nuovo modello "Flexible Sampling" che darà maggiore libertà agli editori. Il sistema precedente con-

sentiva agli utenti di leggere solo tre notizie gratis prima di arrivare a quelle a pagamento. Ora, come dice il nome stesso, la policy è più flessibile e consentirà ai publisher di de-

cidere autonomamente a quanti contenuti gratuiti il lettore potrà accedere prima di attivare il paywall (ossia la consultazione degli articoli a pagamento). Lo stesso Goo-

gle, ha definito la mossa "una manovra a lungo termine" e ha messo a disposizione la propria assistenza per aiutare gli editori a scegliere la strategia più adatta affinché possano conquistare nuovi lettori e abbonati e, eventualmente, accrescere il proprio portfolio di prodotti e servizi.

Prima di ufficializzare la decisione, il colosso di Mountain View ha avviato un periodo di sperimentazione che ha coinvolto anche il New York Times e il Financial Times, che hanno risposto molto positivamente ai risultati dei test. Come riportato da un portavoce di Google, lo scopo del cambiamento è di ridurre la macchiniosità del processo di attivazione degli abbonamenti che, nonostante la crescente importanza e

nonostante un aumento dei livelli di adesione, non necessariamente funziona nello stesso modo per tutti. Il fatto che il numero di news outlet con paywall abbia raggiunto una massa critica nell'ultimo anno, è uno dei motivi per i quali Google ha iniziato a sviluppare strumenti ad hoc.

La company prevede, infatti, di lanciare nei prossimi mesi anche un nuovo software libero per gli editori che consentirà agli utenti di pagare i contenuti con le informazioni della carta di credito già fornite in precedenza a Google stesso. Lo strumento permetterebbe agli editori di consultare dati utili a capire come massimizzare le iscrizioni con offerte personalizzate.

Facebook, principale rivale di Google nel campo della pubblicità online, sta lavorando su strumenti simili. Apple aveva rilasciato il supporto per gli abbonamenti all'interno della sua app News già l'anno scorso.

# NETFORUM

Magazine di comunicazione, marketing e digital media business

Per raccontare la tua storia ed essere visibile ai più importanti eventi estivi del settore. Contatta: [marketing@ediforum.it](mailto:marketing@ediforum.it)

per info abbonamenti 02 535.98.301 [diffusione@growingcm.com](mailto:diffusione@growingcm.com)

