

News gratis e molto di più a pagamento: il modello freemium

Pubblicato: Lunedì 14 Ottobre 2019



Articoli di approfondimento, commenti, ma anche newsletter e spazi di discussione “selezionati”, fuori dal chiacchiericcio informale dei social network. Sono i contenuti che i giornali propongono come plus rispetto alle *news* disponibili gratuitamente nell’edizione online. È la formula “freemium”, crasi anglofona delle parole *free* e *premium*.

Il modello freemium ha conquistato molte testate, tutte diverse per storia, vocazione editoriale e collocazione politica. Si trovano così quotidiani generalisti come **Repubblica**, **La Stampa** o **Il Messaggero**, a quotidiani regionali come il Messaggero Veneto o il Tirreno, a **quotidiani “d’area” come Il Fatto Quotidiano**. Fino a trovare spazio anche in **testate native digitali**.

A livello mondiale la **più aggiornata rilevazione quantitativa e qualitativa è stata svolta da Reuters Institute tra marzo e aprile 2019**, prendendo in considerazione in totale 212 siti di news – tra quotidiani (nazionali, locali e finanziari), settimanali, magazine, portali legati a Tv e testate native digitali – in sei Paesi Europei (Finlandia, Francia, Germania, Italia, Polonia e UK) e Stati Uniti.

Se si guarda al dato complessivo, il *freemium* è usato dal 23% delle testate considerate, ma nella realtà emergono forti differenze.

Tra i quotidiani sceglie la formula Freemium il 33% delle testate, in un quadro equilibrato che vede su percentuali simili sia le testate ad accesso libero sia quelle con paywall misurato (metered paywall). Identica è la percentuale nei settimanali, mentre ridottissima (3%) è l’applicazione del modello freemium nelle testate native digitali, che sono in stragrande maggioranza completamente free. Completamente free rimane il modello delle tv.

Lo stesso studio ha valutato anche il **prezzo medio delle news**. E in questo caso l’analisi di dettaglio dei diversi Paesi mostra in Italia un costo degli abbonamenti di 14,45 euro, intorno a quella “quota 14 euro” che è parametro di riferimento medio (vicini a questa cifra sono oggi i costi in Germania e Francia).

E i modelli freemium? Si chiede spesso una “fedeltà a corto raggio”, per così dire, con abbonamenti in formula settimanale. La Stampa propone 1,50 euro per sette giorni, il Messaggero Veneto o il Tirreno (gruppo Gedi) propone a 1 euro a settimana la selezione “Noi”. Una forma di comunità costruita «al prezzo di un caffè al giorno», come dice lo slogan che attinge all’italianissimo metro di valutazione dei costi. Il nome “noi” richiama la presenza di forme di partecipazione comunitaria, dalle inchieste costruite con i lettori allo strumento della newsletter.

Repubblica e La Stampa adottano il **modello freemium per i contenuti più qualificanti dell’edizione cartacea**, estendendolo anche a una **ridotta selezione degli articoli dalle numerose edizioni locali**.

In questo senso, non va sottovalutato il ruolo del modello freemium nella **costruzione di nuovi strumenti**, offerti ai lettori come un plus che abbia davvero valore, andando oltre la news come commodity. Così ad esempio il modello adottato dal **Post.it**, che ha legato all’abbonamento la **proposta della newsletter** (avviata nel 2016 e inserita nel pacchetto freemium nel 2019) e la possibilità di **commentare direttamente sul sito**, sottraendosi al chiacchiericcio dei social e ricostruendo uno spazio di discussione più selezionato: due scelte che mostrano l’accento alla dimensione comunitaria, ben oltre le news. Adottato da una testata nativa digitale, questo esempio di abbonamento freemium ha costi

invece più bassi: 8 euro mensili o 80 annuali.

Se ne parla a Glocal venerdì 8 novembre con Marianna Bruschi (gruppo Gedi), Andrea Iannuzzi Direttore Visual Lab Gruppo Gedi, Omar Monestier direttore del Messaggero Veneto ([qui i dettagli dell'incontro](#)).

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it