

Articoli à la carte con il nuovo sito Articly

da Parigi

GIUSEPPE CORSENTINO

Il pay-off sotto il nome del sito ancora in modalità beta (cioè in prova) spiega in cinque parole la filosofia del prodotto, il senso della sua offerta commerciale: «Articly, lisez ce qui vous plait», legge solo quello che vi interessa.

Senza essere costretti a sfogliare i giornali online. Senza essere costretti a sottoscrivere abbonamenti. Senza dovervi fermare davanti ai paywall che, dopo il titolo, il sommario e poche righe (l'attacco come si dice in gergo giornalistico), interrompono la lettura e bisogna munirsi di carta di credito.

Il funzionamento di Articly è infinitamente più semplice e più abile. Non vuole (al momento!) i vostri quattrini ma solo i vostri dati e le vostre preferenze di lettura, possibilmente attraverso Facebook. Ci pensa lui a fare ogni giorno una selezione (si potrebbe dire, all'antica, una rassegna stampa) degli articoli che potrebbero interessarvi e ve li propone a un prezzo compreso tra 0,20 a 1,2 euro, a seconda della tariffa stabilita dall'editore del giornale, periodico o quotidiano che sia. In ogni caso questa cifra sarà scontata dai 2 euro che Articly vi offre gentilmente tutte le volte che entrate nel sito, vi registrate e vi accingete alla lettura.

Ovviamente, per funzionare, Articly, una start-up ideata dal solito giovanotto ingegnere informatico (in questo caso, Pierre Tisserand, laureato all'*École des mines*, l'università d'eccellenza da cui uscivano un tempo gli ingegneri minerari) ha bisogno di un po' di quattrini per l'avviamento e del maggior numero di testate giornalistiche nel suo database.

Per i quattrini hanno già provveduto due talent scout del settore come Jac-

ques-Antoine Granjoin, l'inventore di Vente-Privée (50 milioni di clienti e due miliardi di fatturato: vedere *ItaliaOggi* dell'8 settembre), e Xavier Niel, il tycoon della telefonia mobile con Iliad e Free (dopo essere stato il re delle hot-line porno).

Per il database delle testate alcuni grandi editori di periodici come Condé Nast, Prisma, So Press e Sophia Publication hanno già aderito all'iniziativa; altri come Mondadori France e Lagardère Active sono in trattative.

Al momento nella pancia di Articly ci sono *Marie Claire*, *Capital*, *Geo*, *Historia*, *Le Magazine Littéraire*, *Causette*, *Psychologies Magazine*, *Inrocks*. E due quotidiani, *Le Parisien* (che si è appena rifatto nuovo con 10 milioni d'investimento del suo editore, Bernard Arnault di Lvmh: vedere *ItaliaOggi* del 9 settembre) e *l'Opinion*.

La ragione per cui un editore debba offrire i suoi prodotti ad Articly lo spiega il direttore marketing di Prisma, Laurent Grolée: «Con questa piattaforma riusciremo a contattare lettori nuovi, giovani, che difficilmente vanno sul sito delle nostre testate o sul portale della nostra casa editrice. Stiamo facendo una prova. Se Articly ci porterà almeno il 10% di lettori aggiuntivi, la collaborazione diventerà stabile».

Tisserand, l'ideatore di Articly, è soddisfatto. La sua piattaforma di articoli e servizi giornalistici à la carte sembra piacere. «Gli editori», spiega, «allargheranno il loro mercato. E ci sarà una bella visibilità per le loro testate. Tutti gli articoli scaricati dal sito avranno ben in vista il logo dei giornali e la riproduzione della copertina. Faranno venire voglia di leggere, bien sur». L'obiettivo minimo è 10 mila lettori à la carte.

@pippocorsentino

—© Riproduzione riservata—