

STATI UNITI

**«Newsweek» in crisi
anche nell'edizione web
La testata in vendita**

Un sottomarino che scende nel fondo del mare. La copertina animata, che lo scorso gennaio ha inaugurato l'edizione digitale di «Newsweek» per il tablet, non ha portato fortuna allo storico settimanale americano. Neppure cinque mesi dopo aver detto addio alle copie cartacee, infatti, la direttrice Tina Brown (nella foto) e Baba Shetty, l'amministratore delegato della società cui fa capo «Newsweek», confermano le indiscrezioni secondo

cui si starebbe valutando di vendere la testata. Ufficialmente l'operazione sarebbe dovuta alla volontà di puntare solo su «The Daily Beast», l'altro sito del gruppo. I numeri però parlano da soli. Il nuovo «Newsweek» digitale si sostiene con abbonamenti a pagamento ma, secondo la rivista «Variety», nei primi tre mesi del 2013 ne sono stati sottoscritti solo 470 mila, contro il milione e mezzo dell'ultimo trimestre del 2012, quando esisteva ancora

l'edizione cartacea. La previsione è che continueranno a calare nel corso dell'anno. Giù anche gli utenti unici online: dai 2,9 milioni di gennaio agli 1,9 milioni di aprile. Il proprietario Barry Diller lo aveva ammesso un mese fa in un'intervista a Bloomberg Tv: «Non nutro grandi speranze, acquistare "Newsweek" è stato un errore».

Alessia Rastelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA