

Social Facebook va incontro agli editori e dopo le indiscrezioni lancia Istant Articles

Il colosso di Menlo Park, California, sta lavorando con nove partner: The New York Times, National Geographic, BuzzFeed, Nbc, The Atlantic, The Guardian, Bbc News, Spiegel e Bild

Novità in casa Facebook: si chiama Instant Articles ed è un prodotto dedicato agli editori che permette di creare articoli veloci e interattivi sul social per antonomasia. Instant Articles rende l'esperienza di lettura fino a dieci volte più veloce dello standard degli articoli web mobile. Insieme a un'esperienza più veloce, introduce una serie di funzioni interattive che permettono agli editori di portare le loro storie in vita in un modo nuovo. Sarà possibile zoomare ed esplorare le foto ad alta risoluzione inclinando il telefono. I video in autoplay si animeranno scorrendo attraverso le storie. Mappe interattive esplorabili, didascalie audio, la possibilità di mettere like e commentare le singole parti di un articolo in linea saranno le opzioni disponibili. Instant Articles nasce per dare agli editori il controllo sulle proprie storie, brand experience e opportunità di monetizzazione. Sarà quindi possibile vendere pubblicità all'interno dei propri articoli e mantenere le entrate, oppure scegliere di utilizzare Facebook Audience Network per monetizzare gli spazi invenduti. Gli editori avranno anche la possibilità di monitorare i dati e il traffico attraverso



comScore e altri strumenti di analisi. "Fondamentalmente, si tratta di uno strumento che consente agli editori di fornire una migliore esperienza ai propri lettori su Facebook - ha detto Chris Cox, chief product officer di Facebook -. Instant Articles permette loro di offrire articoli veloci e interattivi mantenendo il controllo dei loro modelli di contenuto e di business".

DAL NEW YORK TIMES AL GUARDIAN: I PARTNER E LE LORO ASPETTATIVE

Il gruppo sta lavorando con nove partner al lancio per il nuovo prodotto: The New York Times, National Geographic, BuzzFeed, Nbc, The Atlantic, The Guardian, Bbc News,

Spiegel e Bild. Mark Thompson, presidente e ceo di The New York Times Company ha dichiarato: "Il New York Times ha già un pubblico significativo e crescente su Facebook. Stiamo partecipando a Instant Articles per esplorare le possibilità di crescita del numero dei nostri utenti su Facebook, migliorando esperienza ed engagement. Abbiamo una lunga tradizione di incontro con i lettori e questo significa anche essere disponibili non solo sui nostri siti, ma sulle piattaforme sociali". "È bello vedere Facebook sperimentare nuovi modi per far crescere un giornalismo di qualità su mobile - ha dichiarato Tony Daniker, international director, Guardian News & Media -. Il Guardian è pronto a veri-

ficare come la nuova piattaforma sia in grado di fornire un'esperienza ancora più coinvolgente per i nostri lettori. È quindi fondamentale che, nel corso del tempo, Instant Articles eroghi benefici per gli editori, il cui investimento continuo in contenuti originali è alla base del suo successo".

VINCENZO COSENZA: "IL SOCIAL NON È UNA DISCARICA DI LINK E NOTIZIE DI BASSA LEGA"

Vincenzo Cosenza, esperto di social e strategist, nonché responsabile della sede romana di Blogmeter, ha scritto sul suo blog: "Mi sembra un'enorme opportunità per il singolo editore, in particolare per chi finora ha usato le reti sociali

come semplice scarica di link e notizie di bassa lega. Qui non si tratta di trasferire il giornale su una piattaforma altrui, ma di pensare a singoli contenuti da arricchire e veicolare attraverso Facebook. A livello macro questa iniziativa accelererà la trasformazione, già in atto, dell'ecosistema informativo. Le piattaforme tecnologiche, che sono già più frequentate dei siti delle testate, competeranno tra loro per diventare la fonte principale dalla quale apprendere le notizie, nel tentativo di far rimanere più tempo possibile le persone dentro il proprio giardino recintato. Tocca agli editori sfruttare al meglio questo scenario, senza perdere di vista la propria missione e il proprio business".