

Nel primo trimestre dell'anno il rialzo è stato del 62%

# NY Times, crescita record degli abbonati digitali

**L'**effetto Trump continua a premiare il gruppo New York Times, che nel primo trimestre del 2017 ha messo a segno la migliore crescita di sempre del numero di abbonati digitali. E i ricavi da diffusione, in rialzo, sono aumentati ben oltre le attese dell'azienda editoriale. È la prova di come gli americani, e non solo, vogliono essere più informati dopo la vittoria di **Donald Trump** alle elezioni presidenziali Usa dell'8 novembre scorso e il suo ingresso nella Casa Bianca avvenuto il 20 gennaio successivo. Il NY Times però non si aspetta che questo trend continui allo stesso passo osservato nell'ultimo semestre.

Nei tre mesi chiusi il 31 marzo scorso, il gruppo è tornato in utile: i profitti sono stati pari a 13,2 milioni di dollari (pari a 12 mln di euro) contro una perdita di 13,6 milioni (12,4 mln di euro) dello stesso periodo dello scorso anno (il dato di allora includeva una perdita al lordo delle imposte di 41,4 milioni di dollari legata alla chiusura di una cartiera). I ricavi sono arrivati a quota 398,8 milioni di dollari (365,2 milioni di euro), in rialzo del 5,1% rispetto allo stesso periodo del 2016. Il gruppo editoriale che pubblica l'omonimo quotidiano ha messo a segno vendite da diffusione in aumento dell'11,2% a 242,4 milioni di dollari (circa 220 milioni di euro, oltre il +6% stimato dal NY Times). Il giro d'affari legato alla pubblicità ha segnato invece una flessione del 6,9% a 130 milioni di dollari (119 milioni di euro).

Nel dettaglio, fa sapere l'azienda in una nota, «le iniziative digitali e l'aumento dei prezzi del giornale consegnato sulle porte degli abbonati hanno aiutato a controbilanciare il declino delle copie vendute nelle

edicole». Le vendite da diffusione associate solamente agli abbonati digitali sono cresciute del 40% a 72,9 milioni di dollari (66,8 mln di euro). Gli abbonati digitali erano pari a 2,2 milioni alla fine del primo trimestre del 2017, un aumento di 348 mila unità rispetto alla fine del quarto trimestre del 2016 e un rialzo del 62,2% sullo stesso periodo dell'anno precedente. Dei 348 mila nuovi abbonati, 308 mila sono legati ai prodotti di informazione digitale.

**Mark Thompson**, presidente e amministratore delegato di New York Times Company, ha commentato i conti sottolineando che «mostrano la forza attuale e il potenziale futuro della nostra strategia digitale non solo per raggiungere un'audience ampia ma anche per garantire una crescita notevole dei ricavi». Lo stesso Thompson ha spiegato che i 308 mila nuovi abbonati all'informazione digitale nel primo trimestre rappresentano «il migliore trimestre nella nostra storia». Gli introiti da pubblicità sulla carta stampata però restano in calo (-17,9%) mentre quelli sul digitale sono saliti del 18,9% a 49,7 milioni di dollari (45,5 mln di euro), ossia il 38,2% dei ricavi pubblicitari di gruppo contro i 41,8 milioni (38,3 mln di euro, il 29,9% del totale) visti nel primo trimestre del 2016. Ciò dimostra come gli inserzionisti puntino di più sul web. Per il secondo trimestre del 2017, il New York Times stima ricavi da diffusione in rialzo a un tasso simile a quello appena archiviato. I ricavi da pubblicità dovrebbero subire un calo di circa il 5% rispetto a 12 mesi prima, mentre i costi operativi sono attesi in aumento del 5%.