

INNOVAZIONE DIGITALE

Il New York Times arriva su Netflix

Da giornale a casa di produzione

Un palinsesto di film e serie tv. L'obiettivo è il mercato globale dell'editoria

di Andrea Iannuzzi

Sibil Fox Richardson, detta Fox Rich, è una donna della Louisiana che combatte da 20 anni per ottenere la scarcerazione del marito, condannato a 60 anni di prigione. La sua storia è raccontata in *Time*, documentario presentato al *Sundance Film Festival 2020*, nel freddo inverno di Park City, Utah – quando affollarsi in una sala a vedere un film era ancora considerata un'attività senza pericoli – dove ha conquistato il premio per la miglior regia. Ma la notizia rilevante per l'industria dei media è un'altra: *Time*, infatti, è una co-produzione del *New York Times*, che al *Sundance* compariva nei titoli di coda di un secondo lungometraggio, *Some kind of heaven*, il racconto della vita in una residenza per anziani in Florida (anche quella pre-Covid).

E ora che i cinema sono chiusi o sconsigliati, la "vecchia signora in grigio" di Times Square smarca una nuova pietra miliare nel suo percorso di consolidamento come prima *media company* dell'era digitale. A partire dal 17 luglio, sarà disponibile su Netflix *Father Soldier Son*, primo documentario interamente prodotto dal *Nyt*, frutto di un lavoro durato 10 anni: è il periodo durante il quale due giornalisti hanno filmato la vita di un militare americano, padre single di due bambini e il suo rapporto con i figli che crescevano

tra una missione e l'altra.

Per seguire questo tipo di produzioni, due anni fa l'amministratore delegato Mark Thompson – che ha un passato televisivo alla *Bbc* – ha creato una direzione editoriale per i film e la televisione, affidandola a Kathleen Lingo e affiancandole un project manager. Da questa strategia sono nati contenuti come *The Weekly*, una serie a puntate distribuita sulla piattaforma Hulu, cominciata un anno fa e ora ribattezzata *The New York Times presents* per la sua seconda stagione: un investimento che ha aumentato del 3 per cento i costi operativi della società. Altri progetti in corso sono le versioni televisive di inchieste giornalistiche già pubblicate come longform multimediali, da *The 1619 project*

sulla schiavitù negli Usa a *The Jungle Prince of Dheli*, un reportage sulla nobiltà decaduta indiana.

Con un simile palinsesto, il *New York Times* oggi può sedersi al tavolo delle trattative con le principali piattaforme di streaming, da Netflix ad Amazon, mettendo sul piatto la qualità certificata della testata, il marchio di garanzia riassunto nel motto "all the news that's fit to print" (tutte le notizie che meritano di essere pubblicate), se è vero che ogni produzione prima di essere messa sul mercato deve superare i rigidi criteri di revisione degli standard giornalistici che hanno reso celebre il *Times*. Quegli stessi criteri del resto stanno alla base delle videoinchieste come quella che ha ricostruito gli ultimi 8 minuti e 46 se-

condi della vita di George Floyd, diventate a loro volta un format (*La Repubblica* ha inaugurato un filone analogo con "10 minuti", un video racconto sull'incidente di Alex Zanardi).

La parola chiave di questa strategia è innovazione. Con sei milioni di abbonati digitali e l'obiettivo di arrivare a dieci nei prossimi 5 anni, l'editore del *Nyt* entra nel mondo della produzione televisiva e cinematografica non solo per ampliare il proprio business, ma per essere un simbolo inconfondibile di informazione e attrarre lettori paganti da tutto il pianeta. Tra podcast e documentari, l'obiettivo è diventare la Google del giornalismo globale. La strada è tracciata, seguirla è inevitabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

Record di abbonati

6 milioni

Gli abbonati del New York Times (stampa + digitale)

10 milioni

L'obiettivo di abbonati per il 2025

10 anni

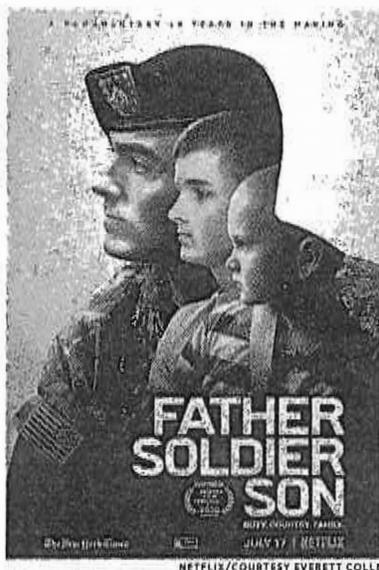
La sopravvivenza stimata del quotidiano cartaceo

600 mila

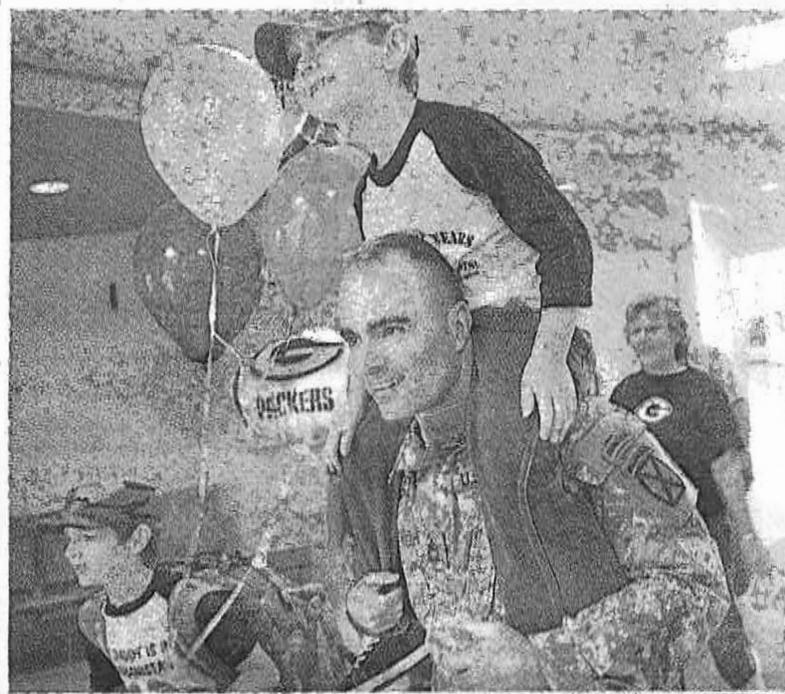
I nuovi abbonati digitali in tre mesi di lockdown

443 mln

di dollari; i ricavi del primo trimestre 2020



► **Father Soldier Son**
Il primo documentario interamente prodotto dal *Nyt*



©NETFLIX/COURTESY EVERETT COLLE