

## *Ny Times, giù utili e ricavi Abbonati a quota 3 mln*

Conti in flessione per il gruppo New York Times, che ha chiuso il quarto trimestre del 2016 con una riduzione dei ricavi e degli utili. Positivo risulta invece l'andamento degli abbonati, che per la carta stampata e il digitale hanno superato complessivamente i 3 milioni, il numero più alto mai raggiunto dal 2011, quando l'azienda lanciò il modello a pagamento per i suoi contenuti online. Gli utili del trimestre sono scesi del 28%, a 37,1 milioni di dollari (circa 34,3 milioni di euro) dai 51,7 milioni di dollari (47,8 mln di euro) dello stesso periodo dello scorso anno, mentre i ricavi sono calati dell'1,1% a 439,7 milioni di dollari (406 milioni di euro) dai 444,7 milioni di dollari (411,2 milioni di euro) del quarto trimestre del 2015. Il gruppo editoriale che pubblica l'omonimo giornale ha registrato una flessione del 5% delle vendite da diffusione e del 9,7% di quelle da pubblicità.

Gli abbonati digitali erano pari a 1,853 milioni alla fine del quarto trimestre del 2016, un aumento di 296 mila unità rispetto alla fine del terzo trimestre del 2016 e un rialzo del 45,9% sullo stesso periodo dell'anno prima. I ricavi da pubblicità su carta stampata sono calati del 20,4% mentre quelli sul digitale sono saliti del 10,9%. Le inserzioni online hanno generato 77,6 milioni di dollari di ricavi (71,7 milioni di euro, il 41,9% dei ricavi pubblicitari di gruppo) contro i 69,9 milioni di dollari (64,6 milioni di euro, il 34,1% del totale) ottenuti nel quarto trimestre del 2015. Mark Thompson, presidente e amministratore delegato di New York Times Company, ha spiegato che nel trimestre chiuso a fine dicembre «l'eccellenza giornalistica e il nostro focus sui clienti hanno portato a un'incredibile forza nella nostra diffusione. Ad oggi abbiamo superato i 3 milioni di abbonati (sia digitali sia su carta stampata), una pietra miliare significativa». Thompson ha sottolineato che «come avevamo anticipato, siamo tornati a una crescita a doppia cifra delle inserzioni pubblicitarie digitali nella seconda metà del 2016».