

*Amélioration des conditions pour un journalisme moderne et personnalisé*

## **L'alliance numérique suisse mise sur des logins facultatifs donnant accès à plus de 20 titres de CH Media, NZZ, Ringier et Tamedia**

Zurich, le 15 octobre 2019

Les quatre plus grands éditeurs privés de Suisse – CH Media, NZZ, Ringier et Tamedia – ainsi que la SSR collaborent depuis fin 2018 à un objectif commun visant à améliorer les conditions permettant une relation personnalisée avec les utilisateurs. Ils lancent aujourd'hui en Suisse alémanique leur campagne conjointe «mach's persönlich» pour encourager leurs utilisateurs à s'enregistrer sur une base volontaire.

CH Media, NZZ, Ringier et Tamedia mettent aujourd'hui en lumière de manière proactive l'importance et les avantages de la mise en place d'un login pour l'accès à plus de 20 titres de médias alémaniques. Début 2020, il est prévu que cette initiative soit étendue à la Suisse romande et au Tessin. La SSR rejoindra vraisemblablement l'alliance des éditeurs en 2020 également avec un login facultatif. Les plateformes en ligne des titres qui participent à la première phase sont les suivantes:

**CH Media:** Aargauer Zeitung, Luzerner Zeitung, St. Galler Tagblatt et toutes leurs éditions régionales  
**NZZ:** Neue Zürcher Zeitung et NZZ am Sonntag  
**Ringier:** Blick, Beobachter, Bilanz et Handelszeitung  
**Tamedia:** Tages-Anzeiger, Basler Zeitung, Berner Oberländer, Berner Zeitung, Der Bund, Der Landbote, 20 Minuten, Langenthaler Tagblatt, Thuner Tagblatt, Zürichsee-Zeitung et Zürcher Unterländer

### **Des contenus adaptés aux centres d'intérêt individuels**

L'objectif commun déclaré de l'alliance numérique suisse consiste à engager, grâce à un login, une relation personnelle directe, plus forte qu'auparavant, avec les utilisateurs des offres journalistiques en ligne des médias participant à l'alliance. C'est précisément ce que fait déjà l'écrasante majorité des grands groupes technologiques américains. Un login personnel, qui implique de s'enregistrer sur une plateforme en ligne, permet aux entreprises de médias d'identifier clairement leurs visiteurs. Sans cela, impossible de proposer des contenus journalistiques personnalisés. Une grande importance est accordée au fait que l'enregistrement soit aussi simple que possible pour l'utilisateur: l'adresse mail et un mot de passe suffisent pour la plupart des titres participants. Seules les offres payantes demanderont un enregistrement étendu comprenant des questions plus ciblées.

Dès le 15 octobre 2019, lorsqu'un utilisateur consultera les offres en ligne des partenaires de l'alliance numérique suisse, il sera alors invité à s'enregistrer de façon volontaire. Si l'utilisateur ne veut pas donner suite à cette demande d'enregistrement, il pourra fermer la fenêtre contextuelle d'un seul clic, sans que cela n'ait d'influence sur sa future lecture. Il pourra continuer à consulter tous les contenus en libre accès des titres de médias, sans aucune restriction.

En plus des avantages que présente un login, l'alliance numérique suisse entend également communiquer en toute transparence sur les conditions-cadres d'un enregistrement: pour l'utilisateur, le principal intérêt d'une relation fondée sur un login réside dans l'obtention de contenus davantage personnalisés. Plus le nombre d'utilisateurs avec login est élevé, plus les éditeurs seront en mesure de proposer des articles, des informations, des vidéos et des contributions

spécifiques aux groupes cibles et de les proposer aux lecteurs intéressés. L'avantage de la personnalisation ne sera donc pas immédiat après l'enregistrement, mais se révélera au fil du temps. Ces éléments seront expliqués en détail aux lecteurs via une page dédiée ainsi qu'une vidéo.

### **Une publicité plus ciblée**

A moyen terme, la base de données améliorée grâce à l'enregistrement permettra en outre aux éditeurs de placer une publicité plus ciblée. C'est une mesure nécessaire pour renforcer la position des entreprises de médias face à la concurrence des groupes technologiques américains. Ceux-ci concentrent déjà 60% des dépenses publicitaires numériques aux Etats-Unis.

Selon des estimations, toutes les entreprises de médias suisses réalisent ensemble environ un quart du chiffre d'affaires total de la publicité en ligne (display et vidéo). Le chiffre d'affaires restant profite déjà pour l'essentiel à Google, Facebook ou à des entreprises de médias étrangères.

«En tant qu'éditeur, nous sommes confrontés à une concurrence mondiale pour attirer l'attention des utilisateurs. Nous ne devons pas prendre plus de retard sur les plateformes Internet internationales dans ce domaine. Celles-ci proposent à leurs utilisateurs une expérience parfois excellente et le login personnel est souvent essentiel à cet égard», explique Marc Walder (CEO Ringier).

Felix Graf (CEO Groupe NZZ) ajoute: «Les offres journalistiques d'entreprises de médias suisses n'ont un avenir dans le monde numérique que si elles disposent d'un financement solide et qu'elles sont donc compétitives par rapport aux grandes plateformes américaines. Les logins contribuent de façon décisive à cette compétitivité.»

Depuis sa constitution fin 2018, les initiants de l'alliance numérique suisse CH Media, NZZ, Ringier, SSR et Tamedia ont pris suffisamment de temps pour s'entendre, dans un premier temps, sur le concept, puis pour élaborer et évaluer différents scénarios. L'expertise et les appréciations de juristes et de spécialistes de la protection des données ont été prises en compte dans le cadre de ce projet. «Nous avons été très attentifs à être transparents concernant l'utilisation des données. La confiance de nos utilisateurs et lecteurs est notre bien le plus précieux», explique Axel Wüstmann (CEO CH Media).

### **Prochaines étapes: expansion régionale et *single sign-on* au niveau de l'alliance**

La plupart des entreprises impliquées dans l'alliance numérique suisse n'ont pas attendu le lancement de cette campagne en faveur d'un login facultatif pour adapter, chacune de leur côté, les processus et les structures de données afin de rendre la connexion aussi simple que possible. Un premier test au sujet des messages apparaissant lors du login a déjà eu lieu cet été en Suisse alémanique avec plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs.

«Dès le premier trimestre 2020, le login simple et facultatif devra être étendu à la Suisse romande et si possible au Tessin, chez les partenaires actuellement impliqués. Pour l'automne, nous avons en outre un objectif supplémentaire, soit l'introduction d'un *single sign-on* (SSO) au niveau de l'alliance en lien avec un enregistrement obligatoire», explique Christoph Tonini (CEO Tamedia).

La définition concrète de ces prochaines étapes dépendra des résultats de la campagne d'octobre. Une obligation générale d'enregistrement n'est en principe pas envisageable pour la SSR.

### **Contacts**

CH Media:	Stefan Heini   <a href="mailto:stefan.heini@chmedia.ch">stefan.heini@chmedia.ch</a>   +41 58 200 54 21
Groupe de médias NZZ:	Seta Thakur   <a href="mailto:seta.thakur@nzz.ch">seta.thakur@nzz.ch</a>   +41 44 258 17 70
Ringier:	Johanna Walser   <a href="mailto:johanna.walser@ringier.ch">johanna.walser@ringier.ch</a>   +41 44 259 61 23
SRGSSR:	Edi Estermann   <a href="mailto:edi.estermann@srgssr.ch">edi.estermann@srgssr.ch</a>   +41 31 350 95 95
Tamedia:	Michele Paparone   <a href="mailto:michele.paparone@tamedia.ch">michele.paparone@tamedia.ch</a>   +41 44 248 41 92