

Migliori condizioni per un giornalismo moderno e individualizzato

L'Alleanza digitale svizzera punta sul login su base volontaria per più di 20 testate di CH Media, NZZ, Ringier e Tamedia

Zurigo, 15 ottobre 2019

Le quattro grandi imprese mediatiche private svizzere, CH Media, NZZ, Ringier e Tamedia, con l'aggiunta della SRG SSR, collaborano congiuntamente fin dalla fine del 2018 con l'obiettivo di migliorare le condizioni per ottenere un rapporto più personale con gli utenti. In questo ambito, oggi lanciano la loro campagna comune «Mach's persönlich», volta a motivare i loro utenti a registrarsi su base volontaria.

In più di 20 testate mediatiche della Svizzera tedesca, CH Media, NZZ, Ringier e Tamedia trattano in maniera proattiva l'importanza e i vantaggi del login. All'inizio dell'anno prossimo, l'iniziativa di incoraggiamento al login verrà estesa alla Romandia e al Ticino. Anche la SRG SSR intende introdurre la possibilità di accedere tramite login presumibilmente nel 2020. Tra le piattaforme online delle testate della Svizzera tedesca coinvolte nella prima fase troviamo le seguenti:

CH Media: Luzerner Zeitung, St. Galler Tagblatt, bz Basel, Solothurner Zeitung, Aargauer Zeitung e tutte le relative edizioni locali
NZZ: Neue Zürcher Zeitung e NZZ am Sonntag
Ringier: Blick, Beobachter, Bilanz e Handelszeitung
Tamedia: Tages-Anzeiger, Basler Zeitung, Berner Oberländer, Berner Zeitung, Der Bund, Der Landbote, 20 Minuten, Langenthaler Tagblatt, Thuner Tagblatt, Zürichsee-Zeitung e Zürcher Unterländer

Contenuti su misura in base agli interessi personali

L'obiettivo comune dichiarato di questa Alleanza digitale svizzera è di sfruttare la funzione di login come strumento per ottenere un rapporto più diretto e personale che mai con gli utenti delle loro risorse giornalistiche online, così come è già la norma presso quasi tutti i grandi gruppi tecnologici americani. La registrazione consentirà alle aziende mediatiche di identificare in maniera univoca i propri utenti. Questo è il prerequisito di rilevanza primaria per poter offrire contenuti giornalistici personalizzati.

L'obiettivo è di proporre una registrazione il più accessibile possibile, con il massimo della semplicità per gli utenti. Per la maggior parte delle testate partecipanti saranno sufficienti un indirizzo e-mail e una password. La possibilità di effettuare una registrazione estesa verrà fornita solo in aggiunta per le offerte a pagamento.

Per tutti gli utenti che visiteranno una risorsa online dei partner dell'Alleanza digitale svizzera a partire dal 15 ottobre verrà riportato in evidenza un invito a registrarsi su base volontaria. Se l'utente non intende farlo, può semplicemente chiudere la finestra popup senza alcun effetto sulla propria esperienza di lettura, poiché tutti i contenuti liberamente accessibili delle testate rimarranno a disposizione senza alcuna limitazione.

Oltre ai vantaggi, l'Alleanza digitale svizzera comunicherà con trasparenza anche le condizioni del login, la cui utilità principale per gli utenti è la possibilità di fruire di contenuti con un elevato livello di personalizzazione. Per mettere le aziende mediatiche in condizione di redigere articoli, notizie, video

e contributi specifici per determinati gruppi target e proporli ai lettori interessati è richiesta una grande quantità di utenti che scelgono di effettuare il login. I vantaggi della personalizzazione non saranno quindi immediatamente evidenti dopo la registrazione, ma richiederanno un po' di tempo per essere percepiti. Questa circostanza verrà spiegata dettagliatamente ai lettori tramite una pagina di approfondimento e alcuni video.

Pubblicità più mirata

La base dati migliorata grazie alla registrazione metterà inoltre sul medio termine le aziende mediatiche in condizione di proporre contenuti promozionali più mirati. Si tratta di una misura necessaria per rafforzare la loro posizione in competizione con le imprese tecnologiche americane, che negli USA gestiscono già il 60% delle spese in pubblicità.

Secondo le previsioni, tutte le aziende mediatiche svizzere gestiscono insieme circa un quarto delle spese pubblicitarie online (display e video). La maggior parte del resto va già a Google, Facebook o alle imprese mediatiche straniere.

«In qualità di impresa mediatica ci troviamo in una posizione svantaggiata nel mercato globale per quanto riguarda l'attenzione degli utenti. Non possiamo perdere ulteriore terreno rispetto alle piattaforme Internet internazionali, che offrono ai loro utenti una User Experience in certi casi eccellente, spesso soprattutto grazie alla funzione di login», dichiara Marc Walder (CEO di Ringier AG).

Felix Graf (CEO del gruppo editoriale NZZ) aggiunge: «Le offerte giornalistiche delle aziende mediatiche svizzere potranno avere un futuro nel mondo digitale solo in presenza di solidi finanziamenti, che garantiranno loro i mezzi necessari per poter competere con le grandi piattaforme statunitensi. Il login contribuisce in maniera determinante al raggiungimento di questo livello di competitività».

Fin dalla creazione a fine 2018, gli iniziatori dell'Alleanza digitale svizzera (CH Media, NZZ, Ringier, SRG SSR e Tamedia) si sono presi il tempo necessario per raggiungere prima di tutto un consenso sul concetto e per elaborare e valutare diversi scenari. Le stime e le perizie di esperti legali e di protezione dei dati sono state prese in considerazione nel progetto. «Siamo stati molto attenti ad essere trasparenti sull'utilizzo dei dati. La fiducia dei nostri utenti e lettori è il nostro bene più prezioso», commenta Axel Wüstmann (CEO di CH Media).

I prossimi obiettivi: espansione regionale e single sign-on per tutta l'Alleanza

Prima del lancio della campagna per il login su base volontaria, prevista per oggi, 15 ottobre, la maggior parte delle aziende coinvolte nell'Alleanza digitale svizzera ha adattato personalmente le proprie procedure e strutture dati per semplificare il più possibile il login. Un primo test con messaggi inerenti al login è già stato effettuato questa estate, con diverse centinaia di migliaia di utenti nella Svizzera tedesca.

«Già nel primo trimestre del 2020 i partner attualmente coinvolti estenderanno la possibilità di effettuare un semplice login su base volontaria anche alla Romandia, e se possibile anche al Ticino. Inoltre, per l'autunno del 2020 ci siamo posti come ulteriore obiettivo l'introduzione del single sign-on (SSO) per l'intera alleanza legato a una registrazione obbligatoria», spiega Christoph Tonini (CEO di Tamedia).

La configurazione concreta di queste prossime tappe dipende dai risultati della campagna di ottobre. In linea di principio, la SRG SSR non intende prendere in considerazione l'introduzione di un obbligo di registrazione generale.

Contatti:

CH Media:	Stefan Heini stefan.heini@chmedia.ch +41 58 200 54 21
Gruppo editoriale NZZ:	Seta Thakur seta.thakur@nzz.ch +41 44 258 17 70
Ringier:	Johanna Walser johanna.walser@ringier.ch +41 44 259 61 23
SRGSSR:	Edi Estermann edi.estermann@srgssr.ch +41 31 350 95 95
Tamedia:	Michele Papparone michele.papparone@tamedia.ch +41 44 248 41 92