

3 QUESTIONS À

Sven Bornemann, Fondation NetID

Sur le bilan du projet de login unique, NetID



En septembre 2018, lors de la précédente édition du salon Dmexco, plusieurs groupes allemands avaient annoncé la mise en place de la fondation européenne NetID pour créer un login commun entre éditeurs et entreprises de différents secteurs (médias, e-commerce, services financiers, paiement). Interrogé par mind Media au Dmexco 2019, Sven Bornemann, le CEO de la fondation, revient sur l'année passée et sur les ambitions de cette initiative.

1 Quel est le bilan de l'année passée pour la European NetID Foundation ?

Pour rappel, il s'agit d'une solution de login pour proposer une alternative à Google et Facebook et aux cookies tiers, tout en étant compatible avec les nouvelles réglementations européennes. Il n'y aura pas donc de partage de données entre les différents membres. Nous avons aujourd'hui 70 sites connectés (éditeurs médias, e-commerçants, sociétés de paiement en ligne, service financiers) et 38 millions d'utilisateurs de couverture potentielle, ce qui représente 60 % des internautes allemands.

Pour le moment, la solution est opérationnelle pour la connexion de l'utilisateur sur l'ensemble des sites, mais ne peut pas être utilisée à des fins publicitaires. Il y a six mois, nous avons décidé de ne pas autoriser la collecte du consentement via NetID. Nous préférons attendre la deuxième version du framework de l'IAB pour pouvoir commencer à recueillir le consentement des utilisateurs pour de potentiels usages publicitaires par les membres (*contacté par mind Media, RTL Group groupe affirme en effet que la solution est implémentée sur ses sites mais pas encore active sur certains, ndlr*).

RTL et United Internet. Il comprend aussi deux professeurs indépendants qui couvrent les champs politiques et la science de la protection des données. Nous travaillons toujours en consultant les acteurs du marché, avec des réunions par problématiques sectorielles (édition, e-commerce, services financiers) qui sont régulièrement organisées entre les partenaires ayant adopté le login pour discuter de l'adaptation des fonctionnalités.

3 L'ambition initiale de faire de NetID un login européen est-elle encore d'actualité ?

Nous allons travailler sur une intégration plus fluide de NetID dans les solutions de paiement de nos partenaires, mais aussi sur la compatibilité avec d'autres initiatives comme Mobile Connect.

2 Comment la fondation NetID prend-elle ses décisions ?

La NetID Foundation a été financée par trois entreprises allemandes : RTL group, United Internet et ProSiebenSat.1, qui investissent toujours en fonds, en temps humain – les équipes techniques d'United Internet sont mobilisées par la fondation – et en espace média pour communiquer et généraliser son adoption. La solution initiale de login NetID est gratuite. L'objectif est que, d'ici le quatrième trimestre 2019 ou au premier trimestre 2020, la fondation commercialise son propre produit : des fonctionnalités additionnelles au NetID pour que les membres gèrent le consentement de leurs utilisateurs (*il ne s'agit pas d'une CMP, ndlr*) et puissent utiliser les données collectées à des fins publicitaires. Son modèle économique sera celui d'un forfait fixe pour l'utilisation et d'un prix variable en fonction du volume d'utilisateurs.

Pour le moment, l'idée est toujours de se développer en Allemagne mais nous avons discuté avec des entreprises suisses, autrichiennes, espagnoles et italiennes pour les aider à développer leurs propres initiatives. J'ai travaillé plusieurs années à l'IAB, et d'expérience, les Français développent souvent leurs solutions de leur côté (*comme certains éditeurs au sein du Geste, ndlr*). ■

Propos recueillis par Paul Roy

Les décisions qui concernent l'orientation stratégique de la fondation sont prises par un bureau que je dirige avec un CTO, qui comprend une personne chez ProSiebenSat.1,