

VareseNews

Il nuovo Sole24ore.com, la bellezza della carta e la forza del web

Pubblicato: Venerdì 25 Gennaio 2013

Più simile nella grafica al quotidiano in edicola ma tecnologicamente più avanzato della versione precedente. **Il Gruppo 24 Ore ha lanciato da pochi giorni la nuova versione del sito** del quotidiano di informazione economica più importante d'Italia.



Spiega il gruppo 24 ore:

Il nuovo IlSole24Ore.com

Il lancio del nuovo sito riguarda in realtà una più ampia riorganizzazione integrata carta-digitale della redazione e rappresenta il primo step del percorso digitale intrapreso dal Gruppo 24 ORE per valorizzare i propri contenuti in un contesto dove sta radicalmente cambiando il modo di fruire i contenuti informativi da parte di lettori e utenti.

Il nuovo sito rafforzerà l'identità con il quotidiano e offrirà contenuti esclusivi e notizie aggiornate in tempo reale accompagnati dai video, dalle interviste di Radio 24 in podcast e dalle breaking news di Radiocor, gli approfondimenti esclusivi e le analisi degli esperti del Sole 24 Ore, le guide, gli speciali, gli e-book. L'incremento della ricchezza informativa del sito sarà strutturata in un'offerta su più livelli che includerà aree di contenuti free e contenuti a pagamento.

La grafica richiamerà maggiormente il quotidiano a partire dall'uso del color salmone in tutto il sito e dalla titolazione delle sezioni, che ricalcherà quella del giornale e utilizzerà i brand classici, come PLUS24 e Nòva24 per l'informazione sul risparmio e sulla tecnologia. Sul fronte editoriale, al via due nuove sezioni: "Strumenti di lavoro" che presenterà statistiche, informazioni tecniche e diversi strumenti di calcolo a disposizione degli utenti (il Pensionometro, il calcolo dell'Imu, ecc) e "Documenti" che, all'interno di ogni singola sezione del sito, offrirà un rapido accesso a testi di legge, circolari, regolamenti, accompagnati da interpretazioni e analisi tecniche. Inoltre, in home page e nei singoli settori, "Store24" proporrà la libreria multimediale del Sole 24 ORE: rapporti, guide, speciali, instant e-book, elaborati appositamente dalla redazione del quotidiano, e prodotti digitali a cura dei siti professionali del Gruppo.

La nuova organizzazione digitale del Sole 24 Ore

Per garantire l'incremento di articoli, analisi, commenti e contenuti multimediali per il sito e per i prodotti digitali del quotidiano, è stata ripensata l'organizzazione del lavoro di redazione in chiave digitale, a partire dalla creazione della newsroom unica per carta e web.

Un nuovo superdesk centrale, composto da 12 giornalisti guidati da Marina Macelloni, Mauro Meazza e Guido Palmieri, avrà il compito di pianificare la copertura delle news e l'organizzazione dei servizi in funzione dei contenuti da declinare nei singoli mezzi; coordinerà video, analisi e contenuti, free e a pagamento, con una scansione basata sulle priorità editoriali del mezzo cartaceo e dei mezzi digitali in formato sito o in versione tablet; attiverà in tempo reale tutta la filiera informativa legata a una notizia, dalla breaking news sul sito all'inchiesta per il quotidiano.

Parallelamente è stata rafforzata anche la redazione on line guidata da Luca Benecchi.

Infine, nell'evoluzione digitale del Sole 24 Ore grande attenzione verrà dedicata all'interazione con la community della rete e alla veicolazione dei contenuti del quotidiano e del sito attraverso i social media, che sarà coordinata da Daniele Bellasio nel nuovo ruolo di social media editor.

Il Giornale di domani e i nuovi prodotti digitali

L'evoluzione digitale proseguirà con altri due step fondamentali. A metà febbraio vedranno la luce nuovi servizi e prodotti digitali elaborati dalla redazione del Sole 24 ORE: il "Giornale di domani" e "Buongiorno dal tuo amico Sole".

Il "Giornale di domani", a partire dalle 18.00 ogni sera, proporrà le anticipazioni e i commenti del Sole 24 ORE in edicola il giorno successivo, andando ad affiancare le edizioni digitali del quotidiano fruibili già su tablet, smartphone e pc.

"Buongiorno dal tuo amico Sole" è un nuovo servizio con contenuti esclusivi che alle 6:00 del mattino proporrà il punto sulle Borse in America e in Asia e due rassegne stampa internazionali sul Mondo raccontato dal mondo e sull'Italia raccontata all'estero.

La redazione darà vita anche a una filiera di nuovi prodotti digitali, a pagamento tramite microacquisti o in abbonamento: Manifattura24, Start up, Mondo & Mercati.

La nuova offerta in abbonamento: la "Business Class"

Insieme al sito e all'avvio del percorso di evoluzione digitale del Sole 24 ORE, lanciato da Anna Matteo, Direttore Area Business Digital, parte anche la nuova offerta commerciale del Sole 24 ORE che si completerà a marzo 2013 con il lancio di "Business Class": un servizio che offrirà tutti i preziosi vantaggi della dimensione innovativa dell'informazione economica, finanziaria, normativa e di servizio firmata Il Sole 24 ORE, integrata da aggiornamenti, selezioni, approfondimenti e personalizzazione di contenuti.

"Il lancio di "Business Class" a marzo – spiega Anna Matteo – completa la gamma delle diverse tipologie di abbonamento pensate dal Gruppo in funzione dei diversi bisogni informativi dell'utente. E' una nuova formula che comprende la carta, il sito free e a pagamento, le tre edizioni digitali del giornale, le banche dati, le rassegne internazionali e nuovi servizi personalizzati in funzione dei diversi segmenti di clientela. Con Business Class, uniamo tutti i media del gruppo, in maniera sinergica, per dare ai nostri lettori e ai clienti un'offerta unica di servizi a valore aggiunto".

Le opportunità per gli investitori pubblicitari

Il lancio del nuovo sito prevederà anche novità sul fronte pubblicitario. In particolare sulla Homepage è prevista, immediatamente prima del menu di navigazione, la presenza di un nuovo formato, ad elevatissimo impatto, con possibilità di ospitare anche contenuti video: il Masthead.

La sua dimensione orizzontale a tutta pagina (990 pixel) con un'altezza di ben 250 pixel, permetterà di colpire l'attenzione dell'utente alla sua prima visita giornaliera, con una forza fino ad oggi mai sperimentata sul network Websystem.

Oltre a questa novità, altre posizioni pubblicitarie, già previste in passato, godranno di una migliore visibilità e distribuzione in pagina. "Tra queste – spiega il Direttore di WebSystem Luca

Paglicci – i text box dedicati alla porta di accesso dei canali co-brand, da sempre una modalità di comunicazione che su IlSole24ore.com ha dimostrato grande efficacia e potenzialità per i nostri inserzionisti nell’ottica di entrare ancora più profondamente a contatto con il nostro prestigioso target di lettori”.

“La grande novità che ci attende, aggiunge Paglicci, è quella legata alla maggiore conoscenza dei nostri abbonati, spinti, attraverso la registrazione, a fornirci maggiori informazioni sul profilo socio-demografico. L’opportunità che ne deriverà a medio termine sarà quello di ottenere maggiori informazioni post-campagna in termini di analisi delle redemption con valutazioni più puntuali rispetto alle caratteristiche dei nostri utenti”.

“Tutto ciò – conclude il Direttore della divisione digitale della concessionaria del Gruppo 24 ORE – permetterà ai nostri clienti di affinare sempre meglio le proprie campagne pubblicitarie che saranno veicolate attraverso ilsole24ore.com con la possibilità, ad esempio, di personalizzare il messaggio in relazione al profilo dell’utente collegato in quel momento al nostro sito”.

Il progetto del nuovo sito è stato realizzato dal Sole 24 ORE con la collaborazione di Frogdesign.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it