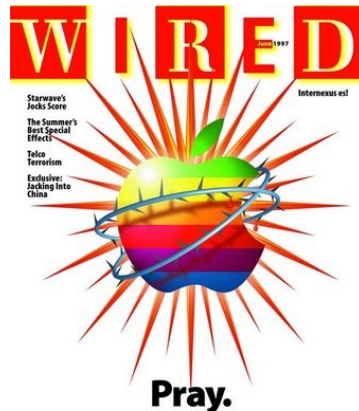


# “WIRED” INVENTE LE MAGAZINE DU FUTUR SUR IPAD

LE 19 FÉVRIER 2010 JCFERAUD

[...] L'avenir des journaux se joue en grande partie sur la tablette d'Apple qui sera lancée fin mars. Mais si vous aviez encore quelques doutes à ce sujet, allez donc jeter un oeil sur la démo vraiment bluffante de l'application iPad que le magazine américain “Wired” compte lancer avant l'été. [...]



**D**epuis mon récent billet apocalyptique sur **la fin prochaine de la civilisation de l'imprimé**, vous êtes peut-être convaincus, vous aussi, que **la dématérialisation de la presse est un phénomène inéluctable** sur le plan historique et technologique. Et que **l'avenir des journaux se joue en grande partie sur la tablette d'Apple** qui sera lancée fin mars. Mais si vous aviez encore quelques doutes à ce sujet, allez donc jeter un oeil sur **la démo vraiment bluffante de l'application iPad que le magazine américain “Wired” compte lancer avant l'été.**

Rien d'étonnant à ce que “Wired” figure parmi les pionniers de cette future presse 2.0. Depuis sa création en 1993, le titre phare de la cyberculture (qui a été racheté en 2006 par le géant de la presse magazine Conde Nast), s'efforce, comme son nom l'indique, d'anticiper l'avenir de l'humanité connectée. Et aujourd'hui, la Bible des Geeks semble encore avoir **un coup d'avance sur le reste de la presse** qui s'accroche au papier comme à la barbe de Gutenberg. **Chris Anderson** (le gourou high-tech qui fait office de rédacteur en chef de “Wired”) et son équipe se sont surpassés : si ce que vous allez voir ci-dessous préfigure vraiment ce que sera “Wired” sur l'iPad, alors j'achète **ET** la tablette **ET** le magazine en ligne ! Je suis convaincu que des milliers de lecteurs feront de même sans hésiter, même si l'on connaît pas encore les tarifs d'abonnement (40 \$ par an pour le mensuel papier).



Car plus encore que “Sport Illustrated” ou le “New York Times” qui se préparent eux aussi à embarquer sur l'iPad (voir **ici** la démo du magazine du groupe Time Inc et **là** celle du quotidien new-yorkais), **“Wired”, tente d'inventer le magazine “hyper-media” de demain** : le lecteur pourra feuilleter les pages d'un glissement de doigt sur l'écran tactile (c'est agréable et ludique à défaut de retrouver la sensation chamelle du papier), zoomer sur un article, mais surtout “rentrer” littéralement dans l'illustration ! Un autre touché du doigt et la photo ou l'infographie s'animent en trois dimensions... Les annonceurs ont déjà compris tout le parti qu'ils pouvaient tirer de cette application en matière de publicité interactive : on peut par exemple “jouer” avec la voiture d'un grand constructeur garée entre deux papiers, en la faisant virer à 360°...

Vous l'avez compris on n'est pas dans le gadget, l'impression d'ensemble est assez saisissante. **Mais le plus simple maintenant est de regarder :**

<http://www.wired.com/epicenter/2010/02/the-wired-ipad-app-a-video-demonstration/>

C'est clair, "Wired" montre la voie au reste de la presse ! Il n'y a plus qu'à... Sans tomber dans l'excès et voir dans l'iPad **LA solution miraculeuse** à tous les maux qui se sont abattus sur la presse comme les dix plaies d'Égypte, cette fameuse tablette est une opportunité sans précédent de **construire enfin un modèle "online" économique viable**. Pour ce faire, journaux et magazines devront passer sous les fourches caudines d'Apple qui prélèvera sa dîme sur chaque édition téléchargée sur l'iPad : sans doute dix à vingt centimes pour un numéro vendu, mettons 99 centimes d'euros. La firme à la pomme ne va évidemment pas se priver de répliquer le modèle "win-win" qu'elle a imposée à l'industrie du disque avec son magasin iTunes.

De toute façon, la presse qui voit aujourd'hui ses ventes papier et ses recettes publicitaires fondre comme neige au soleil n'a pas vraiment le choix. Car **le lecteur du XXIème siècle sera numérique. Ou ne sera pas**. Et malgré la culture "open bar" qui s'est imposée sur internet dans les années 2000, il est sans doute prêt à payer pour l'info si son journal lui en donne plus pour son argent. C'est clair : les journaux doivent expérimenter dès à présent **de nouvelles formes d'"hyper-journalisme"** adaptées aux nouveaux terminaux à écran tactile en proposant des contenus imbriqués étroitement articles soignés, infographies et illustrations animées, son et vidéo... Ils doivent surtout investir massivement dans le développement d'applications dédiées à l'iPad mais aussi à tous les écrans que la technologie mettra demain à la disposition du consommateur. Savez-vous combien a coûté la nouvelle imprimerie ultra-moderne du "Figaro" à Tremblay ? 70 millions d'euros ! A ce prix-là, on peut en faire quelques uns des journaux 2.0.



**Article initialement publié sur [Sur Mon Ecran Radar](#)**

**Photo d'illustration [change case sur Flickr](#)**



**SS.DD60**

le 20 février 2010 - 14:54 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Ce magazine du futur que Wired est supposé inventer n'est en aucun ce qu'il souhaite laisser paraître. Rien de révolutionnaire dans tout ça, comme pour l'ipad. L'exemple proposé par Wired n'est pas une révolution mais est similaire à ce qui se fait déjà pour certaines versions online de magazines. La couche tactile ajoute certes un confort d'utilisation indéniable mais c'est n'est pas une révolution. De plus le modèle économique qu'impose Apple à travers ses produits est totalement liberticide, il est extrêmement fermé. Au lieu de s'en extasier, il faudrait commencer à s'en inquiéter. Au lieu de la pousser, Apple est un frein à l'innovation matérielle. Sa grande force est son marketing et surtout ses utilisateurs qui boivent toutes les paroles de Maître Steve... La prétention du fondateur de la marque a causé de nombreux problèmes par le passé, et c'est le plus gros problème auquel la pomme devra faire face pour continuer à tenir son rang. Les consommateurs ne seront pas dupes éternellement de l'arnaque technologique et liberticide d'Apple....*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**CULTUREMOBILE**

le 2 mars 2010 - 20:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Wired + adobe c'est forcément impressionnant ^^  
C'est deux exemples de 2009 ouvraient eux aussi la voie aux futurs contenus enfin "multimédia"  
<http://blog.culturemobile.net/index.php/2009/12/18/317-quel-avenir-pour-la-presse-en-ligne>*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE