

DES PROJETS POUR L'IPAD

LE 22 MARS 2010 VINCENT TRUFFY

L'iPad. Y aller vite ou y aller bien ? Aucun éditeur ne semble en tout cas douter de la nécessité de proposer une application sur ce support. Notamment parce qu'en un an, une large partie du trafic des sites web est passée sur les applications iPhone. Ainsi au début de cette année, [...]

L'iPad. Y aller vite ou y aller bien ? Aucun éditeur ne semble en tout cas douter de la nécessité de proposer une application sur ce support. Notamment parce qu'en un an, une large partie du trafic des sites web est passée sur les applications iPhone. Ainsi au début de cette année, l'application du *Monde.fr* représentait 15% des visites (7 millions sur un total de près de 47 millions).

La tendance est d'ailleurs à proposer plusieurs applications spécialisées plutôt qu'une grosse généraliste, avec des parties gratuites et des services payants. En mars, par exemple, *Le Parisien* prévoit de proposer, à côté de son application « classique », « Le Parisien Sorties », « Le Parisien restaurants », « Le Parisien PSG » et « Le Parisien turf », ce dernier proposant les cotes et les non partants gratuitement, mais les pronostics moyennant finances.

Aux États-Unis, où il est déjà possible de commander l'iPad (il faut avoir une IP et une adresse de livraison aux États-Unis, pour l'instant) et où Apple examine jusqu'au **27 mars** la première salve d'applications spécifiques, les éditeurs se préparent pour être prêts au plus tôt (la sortie est prévue le 3 avril). Les magazines du groupe Condé-Nast semblent même particulièrement pressés d'y figurer pour prendre la meilleure part du marché et se faire un nom sur le nouveau support. *Wired* a déjà présenté depuis longtemps un prototype.

*[Chris Anderson, rédacteur en chef de Wired, présente l'application iPad de son magazine à la conférence de l'association américaine des agences publicitaire, à San Francisco. A cette occasion, il a précisé le mode de production : son équipe utilisera **Air** d'Adobe pour produire simultanément le magazine papier et la version iPad, sans qu'il y ait deux « éditions » différentes.]*

Mais *GQ* promet une première version dès le numéro d'avril. *Vanity Fair* suivra en juin. Le *New Yorker* et *Glamour* à l'été. Ces publications devraient, dans un premier temps, tester la vente de contenu sur l'iTunes Store (Apple prélève 30%, ne rétrocède aucune donnée sur les abonnés et se réserve le droit de refuser les « contenus inappropriés » comme l'application du **Bild** qui propose des filles dénudées) avant de tenter la vente directe, une fois l'effet de mode de l'iPad estompé.

Pourtant, pour ce que l'on a déjà vu, il n'y a pas de grosse invention dans l'ergonomie, juste une sorte de gros pdf, qui permet de lire des vidéos, de tourner les pages et de zoomer sur un article.

Cliquez ici pour voir la démo

Sur le même créneau (le magazine de mode à grosses photos, voir ci-dessus — cliquez sur le petit «V» en bas des pages pour «interagir» avec les pages), le magazine *VIV* envisage un traitement plus novateur :

ACK!

This video can't be played with your current setup.
Please switch to a browser that provides native H.264 support or install [Adobe Flash Pla](#)

VIV Mag Interactive Feature Spread – iPad Demo from **Alexx Henry** on **Vimeo**.

L'arrière-boutique :

Uh Oh!

This video can't be played with your current setup.
Please switch to a browser that provides native H.264 support or install [Adobe Flash Pla](#)

VIV Mag Featurette: A Digital Magazine Motion Cover and Feature for the iPad from **Alexx Henry** on **Vimeo**.



Billet initialement publié sur le blog de Vincent Truffy

