

TÉLÉ 7 JOURS TESTE LE PLUS-PRODUIT EN RÉALITÉ AUGMENTÉE

LE 31 MARS 2010 CAPUCINE COUSIN

À l'occasion de ses cinquante ans, le magazine a proposé une application utilisant une des technologies les plus prometteuses actuellement, une première pour un média grand public. De façon générale, la presse écrite expérimente de nouveaux formats qui puissent attiser la curiosité des lecteurs et des annonceurs.



À l'occasion de ses cinquante ans, le magazine a proposé une application utilisant une des technologies les plus prometteuses actuellement, une première pour un média grand public. De façon générale, la presse écrite expérimente de nouveaux formats qui puissent attiser la curiosité des lecteurs et des annonceurs.

C'est une première, et *Télé 7 Jours* a sans doute eu du flair en choisissant de tester, à l'occasion de ses cinquante ans, une des technologies les plus prometteuses et les plus excitantes pour cette année : la **réalité augmentée**. Concrètement, celle-ci permet de passer d'une image imprimée (ou une photo prise avec son mobile, ou encore une image saisie avec sa webcam) à une image animée en trois dimensions (3D), grâce à un logiciel. Du coup, elle fournit des informations complémentaires en surimpression d'un écran, voire de lunettes. Sur les écrans d'ordinateur, la réalité augmentée donne l'illusion d'interagir avec des objets virtuels.

Et justement, le magazine de télé propose à ses lecteurs une expérience assez particulière, et du même coup teste ce nouveau "format". Cela m'a donné suffisamment envie pour que je l'achète, pour la première fois... Avec cette édition spéciale, en kiosques depuis hier et pour une durée de quinze jours, *Télé 7 jours* propose une couv' un peu particulière avec Johnny Hallyday.

Le lecteur-internaute peut en effet faire vivre sa une du mag en la plaçant devant sa webcam. J'ai testé, c'est assez simple : après avoir téléchargé une application (relativement lourde tout de même), et m'être connectée sur **le site dédié** aux cinquante ans de *Télé 7 Jours*, en ciblant Johnny devant ma webcam, je vois subitement celui-ci s'afficher et s'animer, en surimpression du magazine, sur mon écran d'ordinateur ! Et on le voit jouer un morceau de sa dernière tournée.

Avènement de la réalité augmentée ?

Le résultat est assez bluffant, et surtout, c'est un très joli coup de *Télé 7 jours*, réalisé avec **Total Immersion**, LA start-up française spécialisée dans la réalité augmentée. Pour la

première fois, un média grand public (qui tire tout de même, en moyenne, à 1,7 million d'exemplaires), expérimente de manière assez avant-gardiste cette techno. Pas sûr que cela convertisse du jour au lendemain le commun des lecteurs de *Télé 7 Jours* à cette techno – il faut avoir la curiosité – et le courage d'installer le logiciel, sa webcam, et se planter devant son ordi avec sa couv' dans les mains pour voir la petite surprise virtuelle s'afficher sur son écran. Mais au moins, le magazine aura fait parler de lui comme étant LE premier à tester cela. Effet retour sur image garanti, donc.

Voici la p'tite démo vidéo réalisée par Thierry Moreau (directeur de la rédac de *Télé 7 jours*) himself :

Bon, j'avais eu le plaisir de croiser des passionnés de chez Total Immersion il y a une quinzaine de jours, qui m'avaient parlé de cette expérience média (mais je n'avais pas le droit d'en parler – grrr). Ce qui me semble vraiment intéressant est de voir que des secteurs d'activités classiques s'approprient la réalité augmentée, laquelle leur permet de glisser une dose de technologie dans leur industrie – et donc de se moderniser, me disait en substance un des responsables marketing de Total Immersion.

La maison d'édition un brin *old school* Nathan l'a bien compris : en novembre dernier, elle dégainait le "premier livre augmenté", *Dokéo – Comprendre comment ça marche !* (Joël et Clément Lebeaume, éd. Nathan, 24,90 €). Une encyclopédie pour enfants classique de cet éditeur, qu'il a doublé d'images "augmentées". Leur cible : les enfants. J'en parlais récemment dans **cet article**, la démo vidéo est d'ailleurs assez bluffante.

L'opération est aussi tout bénéf' pour les annonceurs. Ici, notre Johnny national bénéficie d'une exposition inespérée, avec la reprise d'une vidéo de sa tournée, dont les références et l'adresse du site sont dûment indiquées sur la page d'accueil de *Télé 7 jours* cinquante ans. Dans le même numéro, deux autres annonceurs, McDonald's et Disney, utilisent le même procédé de réalité augmentée.

Expériences innovantes pour le print

En fait, à l'heure où elle est échaudée' par le bouillonnement que connaît le média Internet, la presse écrite expérimente de **nouveaux formats** susceptibles d'attiser la curiosité des lecteurs – et des annonceurs ;). Quitte à faire bondir ses coûts de tirage.

Comme j'en parlais **dans ce billet**, en septembre 2009, le magazine people américain *Entertainment Weekly* a ainsi inséré une publicité vidéo dans son édition papier. Un petit écran TFT (6 cm de diagonale et 2,7 mm d'épaisseur) encarté dans le journal (voir **la démo vidéo** diffusée sur YouTube) permettait ainsi de diffuser 40 minutes d'extraits des programmes et de promo de CBS.

Plusieurs groupes de presse ont aussi testé, avec un succès mitigé, les tags 2D, qui permettent d'accéder à du contenu en ligne avec son téléphone, en photographiant un pictogramme. Le groupe Tests **l'avait testé en juillet 2009** avec *L'Ordinateur individuel*, en partenariat avec la start-up Mobiletag, editrice d'une application embarquée permettant aux

mobiles de lire des codes barres 2D. Le groupe ne prenait pas trop de risques, ciblant un lectorat à priori sensible à ce genre d'innovations.

Des magazines people, tels comme *Closer*, *Voici* et *Public*, l'avaient testé dès 2007. Et cette année, en janvier dernier, 4 quotidiens du groupe Hersant (*Paris-Normandie*, *Le Havre presse*, *Havre libre* et *Le Progrès de Fécamp*), ont sauté le pas à leur tour.

Pas sûr que le tag 2D va décoller dans la presse (même si des applications mobiles et l'avènement des smartphones peut aider). Mais pour ma part, je mise beaucoup sur la réalité augmentée, qui promet de conquérir divers secteurs, de l'édition au tourisme. À suivre, donc...



Billet initialement publié sur *Miscellanées*



HERFORT

le 15 janvier 2011 - 14:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*bonjour,
je voudrais savoir pourquoi depuis 2 semaine je reçois plus mon programme et le cadeau qui allait avec l'abonnement le duo telephone
merci de votre reponse rapidement
MME HERFORT PASCALE*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

SEGARRA

le 17 janvier 2011 - 11:21 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*bonjour j'ai regardez 7a8 sur tf1 dimanche soir quel beau reportage sur la folie douce ayant moi meme un adulte handicape de 40ans je trouve que la suisse est tres humaine se m'est pas la france elle est trop orgueilleuse pour faire des choses pareil
joel 03*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ROBICHON BERNARD

le 6 décembre 2011 - 18:53 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Avec mon abonnement, je devais recevoir une mini chaine.
Ace jour ,aucune réponse de votre part*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

JESPERE

le 26 janvier 2012 - 6:33 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

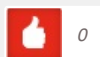


*bonjour.j'en profite pour vous dire que je vous ai envoyer une demande d'abonnement voici plus de 15 jours mais je n'ai toujours pas eu de nouvelles mon abonnement serai fait par prélevement je vous ai joint un rib.
salutations.*

jespere nicole 1 rue du stade 70800 magnoncourt.

tel:03/84/93/73/49 ou 07/70/18/65/99

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

