

Le Figaro s'appuie sur Adobe Digital Publishing Suite pour concevoir i-mad sur tablettes tactiles

i-mad
by *madame* Numéro 03
FIGARO



Dans un contexte où la presse est confrontée au besoin de se réinventer, Le Groupe Figaro innove en éditant une application pour tablettes tactiles autour de sa marque Madame Figaro. Un titre presse qui a été totalement repensé pour proposer à ses lecteurs une expérience de lecture immersive et inédite, associant élégance, qualité visuelle et interactivité. Un projet qui s'est appuyé sur la richesse fonctionnelle de la solution Adobe Digital Publishing Suite.

« Avec *i-mad*, nous n'avons pas voulu simplement éditer Madame Figaro sur tablette. La tablette pour nous représente certes un nouveau canal de distribution, mais c'est aussi un support innovant, qui permet de proposer de nouveaux contenus rich média et un mode de lecture inédit. Les webdesigners du Figaro et la rédaction de Madame Figaro ont donc travaillé main dans la main pour concevoir un nouveau titre, inspiré de Madame Figaro mais totalement nouveau », explique Pascal Pouquet, Directeur des Nouveaux Médias du Groupe Figaro.

Le Groupe Figaro édite le quotidien Le Figaro, ainsi que de nombreux suppléments comme Le Figaro Eco, Madame Figaro, Le Figaro Magazine, TVMag. C'est aussi un groupe média qui déploie des services vers ses lecteurs autour de l'immobilier, de l'assurance santé, des spectacles, de l'emploi ou de la formation. Entité dédiée au développement du numérique, la Business Unit (BU) Nouveaux Médias du Groupe Figaro structure son activité autour du web éditorial, avec le déploiement des titres du groupe sur les nouveaux médias numériques, ainsi qu'autour des services marchands et des annonces classées. La BU Nouveaux Médias du Figaro pèse 20% du chiffre d'affaires du groupe et touche 13 millions d'internautes français chaque mois : Le Figaro est le groupe de presse français qui a aujourd'hui sa part de CA émanant du numérique la plus importante.



Secteur

- Presse

Enjeux

- Publier une nouvelle édition de Madame Figaro quelle que soit la plateforme ;
- Tirer profit des particularités du support pour proposer un produit innovant ;
- Fédérer un écosystème associant les lecteurs et les annonceurs ;
- S'appuyer sur le workflow existant.

Solution

- Créer un titre original, qui soit une variation de l'édition Print de Madame Figaro mais revendique son identité propre ;
- S'appuyer sur une solution technologique qui s'intègre bien dans le flux de production du groupe de presse, soit pérenne et facilite le développement multi plateformes du titre ;
- Tirer profit de la richesse logicielle d'Adobe Digital Publishing Suite pour créer un produit élégant doté d'un mode de lecture associant interactivité et confort.

Bénéfices

- **Économie de coût**
Le développement d'une seule version d'i-mad compatible avec les divers systèmes d'opérations des tablettes représente une économie de temps et de coût substantielle.
- **Simplicité d'utilisation**
Adobe Digital Publishing Suite couvre l'ensemble du flux de production depuis la réalisation sous InDesign jusqu'à la mesure de l'audience. La montée en compétence des designers est donc facilitée avec l'utilisation d'InDesign comme socle commun de réalisation pour des produits Print et Tablettes.
- **Puissance de la solution**
La richesse fonctionnelle de la suite Adobe Digital Publishing Suite permet au Figaro de réinventer le mode de lecture de son magazine numérique, sans limite en termes de gestion de l'iconographie et de l'interactivité.

Logiciels utilisés

Adobe Digital Publishing Suite

Créer des pôles d'audience sur les supports numériques

« Notre stratégie est double », explique Pascal Pouquet. « Nous voulons avant toute chose développer des pôles d'audience puissants. Le Groupe Figaro dispose de marques fortes et nous souhaitons développer leur audience vers les nouveaux supports numériques. Le lancement d'i-mad s'inscrit dans cette stratégie. Ensuite, nous voulons contribuer positivement à l'économie du groupe en diversifiant notre modèle économique vers les services marchands, les annonces et une offre d'abonnements spéciale : nous voulons qu'un lecteur puisse s'abonner à la marque Figaro et disposer ensuite des contenus qu'il souhaite à travers nos produits et sur le support qu'il souhaite », précise-t-il.

Pour assurer le succès des éditions numériques de ses titres, Le Figaro se concentre sur son métier : offrir à ses lecteurs une expérience de lecture de ses supports qui soit adaptée, spécifique et suscite l'envie de s'abonner. « Ce qui est excitant dans le fait de transposer un titre Print sur tablettes, c'est qu'on doit tout réinventer », s'enthousiasme Richard Soundirarassou, Directeur de Création des Nouveaux Médias du Figaro.

Un média à réinventer

Réinventer, mais pas sans contraintes. Celles du Figaro sont économiques et techniques. Le groupe de presse souhaitait être présent sur les différentes plateformes des tablettes, sans avoir à développer une nouvelle version d'i-mad pour chaque système d'exploitation existant qui aurait représenté un surcoût important en termes de conception comme de développement. « Nous voulions également bénéficier d'une liberté totale de conception, pouvoir intégrer de l'interactivité comme nous voulions, créer le mode de lecture que nous souhaitons », précise Richard Soundirarassou. La solution technologique retenue doit donc s'intégrer parfaitement dans le processus de production du groupe de presse. Le choix de se reposer sur Adobe Digital Publishing Suite pour concevoir i-mad s'est rapidement imposé. « Avec Adobe Digital Publishing Suite, on dispose d'une boîte à outils, la même qui est potentiellement à disposition de tous les éditeurs. À partir de cette boîte à outils, on va raconter des histoires, mais c'est la façon dont on va les raconter, dont on va ajouter les interactivités et accompagner le lecteur dans cette nouvelle expérience qui va faire le succès de notre publication », estime Richard Soundirarassou.

Le Figaro fait le choix d'Adobe Digital Publishing pour trois raisons majeures. La solution permet de déployer i-mad vers toutes les tablettes existantes quelle que soit leur plateforme sans faire de développement spécifique, ce qui représente une économie de temps et d'argent substantielle. « Nous avons été séduits par cette solution car elle couvre l'ensemble du flux de production, depuis la mise en page sous InDesign jusqu'à la mesure analytique de l'audience », explique Pascal Pouquet, avant de préciser : « Nous souhaitons travailler avec une société pérenne, qui puisse nous accompagner dans nos développements technologiques et qui soit un partenaire de long terme pour nous ».



“Le Figaro est le groupe de presse français qui a aujourd’hui sa part de CA émanant du numérique la plus importante. Notre stratégie consiste à développer des pôles d’audience puissants autour de notre marque Le Figaro et de contribuer positivement à l’économie du groupe en diversifiant notre modèle économique. Nous souhaitons travailler avec une société pérenne, qui puisse nous accompagner dans nos développements technologiques et qui soit un partenaire de long terme pour nous.”



Pascal Pouquet
Directeur des Nouveaux Médias du Groupe Figaro



“Adobe Digital Publishing est la seule solution qui nous permet de créer ou mettre en page des contenus sous InDesign - un logiciel connu de tous nos designers et déjà intégré dans notre flux de production - de les visualiser sur le desktop avec Adobe Viewer et de les publier directement dans l’iPad. Il couvre tous les postes du flux de production.”

Richard Soundirarassou
Directeur de Création des Nouveaux Médias du Figaro

Adobe Digital Publishing Suite couvre tout le flux de production

Les webdesigners peuvent s’emparer des contenus écrits par la rédaction pour leur donner une forme inédite, associant à des contenus que sont la photo, la vidéo, le son, une interactivité inexistante en édition Print. « *Adobe Digital Publishing est la seule solution qui nous permet de créer ou mettre en page sous InDesign - un logiciel connu de tous nos designers et déjà intégré dans notre flux de production - de les visualiser sur le desktop avec Adobe Viewer et de les publier directement dans l’iPad. Le workflow est parfait pour nous* », ajoute-t-il. Avec cette boîte à outils qu’est Digital Publishing Suite, les webdesigners restent dans un environnement de création connu : ils sont en mesure de monter les pages de l’édition numérique i-mad avec le même outil déjà utilisé pour monter Madame Figaro, peuvent modifier aisément les éléments visuels en basculant automatiquement d’InDesign vers Photoshop ou Illustrator, et intégrer facilement un mode de lecture interactif. « *Sur le premier numéro d’i-mad, nous avons travaillé pour rendre la lecture simple et intuitive. Il ne fallait pas que le lecteur se sente désemparé mais que passer de page en page, regarder un diaporama photo ou lancer une vidéo lui soit naturel* », confie Richard Soundirarassou.

Les webdesigners ont donc travaillé sur le sens de lecture à la fois vertical et horizontal d’i-mad. Ils ont imaginé de nouveaux concepts de présentation des photos en mode Diaporama, tirant profit de la qualité iconographique du magazine et de la finesse d’écran des tablettes pour les mettre en valeur. « *i-mad est un magazine féminin numérique haut de gamme orienté féminin et mode. La maquette est donc sobre. L’interactivité doit être là pour servir la lecture, il était important pour nous de ne pas oublier que le confort de lecture et l’information qu’est le contenu ne devraient pas être supplantés par l’originalité de la forme et de l’interactivité. Nous avons imaginé des principes simples, comme de faire bouger des photos à 360° pour voir un modèle de vêtement sous tous les angles, la possibilité de regarder les photos en réduisant la place du texte ou encore de petits jeux interactifs pour découvrir une photo à travers un puzzle* », détaille Richard Soundirarassou.

I-MAD Numéro 03, Juillet 2011

ME MAQUILLER

- La corvée: se maquiller est un plaisir, mais l'été, entre le sable, les embruns et la chaleur, on est obnubilée par l'idée de voir couler son khôl ou par le risque que le mascara ne devienne une mascarade.
- Avant de partir: je fais une teinture de cils. Cette technique n'épaissit pas les cils comme un mascara, mais force la frange et donne du relief au regard, surtout si l'on possède des cils clairs. L'effet dure un mois environ.
- Mon système D: je mise sur un make-up qui tient quarante-huit heures. La nouvelle génération de pigments waterproof offre une tenue irréprochable pendant des heures, voire des jours, sans couler, filer ou se délayer, même lors d'une baignade.

Aquafiner Make Up For Ever (15 teintes au choix), Crayon Dessin du Regard Waterproof et Mascara Saugérisat Noir Blancche Waterproof 7/8 (15 teintes au choix).

On peut l'effectuer sur les mains et les pieds, et choisir l'option French, naturel ou coloré.

(De 15 € à 45 €, chez L'Écluse - dans toute la France. Tél.: 05.57.26.37.00. De 75 € à 100 € à l'étranger. Cactus à Paris. Tél.: 01.42.81.42.89.)

ME FAIRE LES ONGLES

- La corvée: nettoyer, limer, poser une base, deux couches de vernis, un top coat puis attendre que ça sèche... Pour certaines, c'est un plaisir, pour beaucoup, un pensum!
- Avant de partir: je pose un vernis gel qui dure trois semaines. Différentes capsules qui se posent à la colle, le gel permet de modeler la forme de l'ongle et de lui donner un aspect manucuré et brillant sur une longue durée.

Mon système D: les vernis 7 jours. Grâce à leurs polymères vinyliques, ils résistent aux chocs et à l'écaillement.

Vernis Resist & Shine Tënkam, L'Oréal Paris; Vernis Anti-Choc 10 Jours, Bourjois; Vernis Tenir 8 Strong Pro, Currey Maybelline; L'aque 7 Days, Agip's, au CCB.

N'oubliez pas d'appliquer une couche de top coat tous les deux jours pour garder la brillance et renforcer le vernis.

f t

BEAUTE

ÇA ME RASE DE...

ÉPILATION, MAQUILLAGE, BRUSHING OU MANUCURE... EN VACANCES, ON A ENVIE DE SE SIMPLIFIER LA VIE. ALORS ON PLANIFIE AVANT LES MESURES QUI S'IMPOSENT, ET SUR PLACE ON ADOPTE CES SOLUTIONS FACILES ET GAINS DE TEMPS QUI VONT NOUS RENDRE IRRÉSISTIBLES. A NOUS LES STRATÉGÈMES INFALLIBLES DE CELLES QUI SAVENT SÉDUIRE!

PAR CÉCILE GUERRIER. PHOTOS FREDÉRIC FAIRÉ. RÉALISATION JULIE GILLET.

BEAUTE - ÇA ME RASE DE... 1/4 Madame Figaro - Numéro 03

Un titre innovant qui répond à une attente

Tout au long de la conception et du développement d'i-mad, Le Figaro a été en relation étroite avec les équipes d'Adobe qui ont joué un rôle de conseiller technique. Un partenariat technologique voulu par Le Figaro, devenu aujourd'hui un média précurseur sur l'édition de titres de presse à destination des tablettes. « *La chance que j'ai eu est d'avoir un contact très franc et très direct avec Adobe. Ils ont toujours su être présents quant il le fallait et continuent de nous accompagner sur nos développements* », ajoute Richard Soundirarassou.

i-mad représente donc la nouvelle génération de titres de presse destinés aux nouveaux supports que sont les tablettes tactiles. Dans un contexte où la presse doit se réinventer et investir de nouveaux terrains d'expression, i-mad est un titre qui, s'il s'appuie aujourd'hui sur le contenu produit par Madame Figaro, a sa propre originalité et identité. « *Il répond à l'attente de nos lecteurs, qui sont à la recherche d'expériences inédites, ainsi qu'à celle de nos annonceurs qui nous sollicitent pour des produits innovants* », estime Pascal Pouquet.



Adobe Systems France
112 avenue Kléber
75016 Paris
www.adobe.com/fr/

Adobe, le logo Adobe, InDesign et Adobe Digital Publishing Suite sont des marques ou des marques déposées d'Adobe Systems Incorporated aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

© 2011 Adobe Systems Incorporated. Tous droits réservés.

cc - Le Figaro - 07/11