

Publications en voie de digitalisation

Même le *print* n'échappe pas à la mutation numérique ! Faciles d'accès, des solutions technologiques existent pour «augmenter» ses magazines. Interactivité à la clé.



Le département des Ardennes a opté pour le pack Flippad pour enrichir ses publications, avec des vidéos, diaporamas, liens URL, identifiés par des boutons interactifs en ligne.

Morne : c'est le terme utilisé par Audrey Canuti, chargée de communication numérique dans les Ardennes, pour qualifier le bulletin trimestriel départemental pré-digitalisation. «Hors du temps et impossible à mettre à jour», complète Sylvie Maurutto, dircom de la ville/agglo de Colmar. Converties depuis au *digital publishing* ou édition numérique, ces deux collectivités ont partagé un même constat de départ, levier d'innovation, et une même volonté d'interactivité dans la conduite au changement. Question d'information et de confort de navigation pour les lecteurs. Pionnier sur le sujet, Colmar a opté en 2014 pour une solution «rich book», lui permettant d'enrichir ses contenus *print* en photos, récits, interviews, sons... À la clé : un véritable magazine augmenté, «avec de longs scrolls,

des diaporamas, des effets sur les textes, des vidéos ou encore des liens interactifs», précise Hervé Wand Meyer, directeur de clientèle omnicanal chez Maetva (Colmar), l'agence en charge de la digitalisation des contenus, à partir de la maquette Indesign. Une même charpente *print/web*, gage de rapidité d'exécution et d'homogénéité graphique et éditoriale. Une fois enrichi grâce aux fichiers *word*, *jpeg* ou *mp4*, transmis par la rédaction, Le *point colmarien* est envoyé aux stores Google et Apple pour une sortie dans l'appli mobile éponyme, simultanément à la distribution du magazine, imprimé à 30 000 exemplaires. Disponible sur Smartphones et tablettes, le titre est également mis en ligne sur *colmar.fr*. Idem pour Colmar mag, une revue thématique, «pensée d'abord pour le numérique, avec un format et un traitement graphique particuliers, ainsi qu'un tirage réduit. Il est d'ailleurs plus complexe de passer du digital au papier que l'inverse», indique Frédéric Macler, rédacteur en chef adjoint numérique, en charge des extensions interactives du *print*.

Statistiques de lecture

Le *digital publishing* implique en effet une évolution de la conception éditoriale. Dans les Ardennes, la rédaction a progressivement basculé dans une logique multimédia, avec «la nécessité de penser aux contenus enrichis dès l'élaboration du chemin de fer», relève Audrey Canuti. Une gymnastique qui requiert un temps d'adaptation, tout comme la prise en main de la solution technique retenue par le Département pour digitaliser son trimestriel Ardennes en marche. Après *benchmarking*, son choix s'est porté sur la solution Flippad (Paris) : «Il suffit d'uploader le PDF de la publication, puis de l'éditer en sélectionnant des zones de clic.» En une heure et en toute autonomie, le magazine est augmenté, avec des icônes sur les pages renvoyant à des contenus exclusifs : des vidéos, des galeries photos, des pages de son

Audrey Canuti, chargée de communication numérique dans les Ardennes
«Le magazine augmenté a pour vertu de booster le trafic global sur notre portail»



Sylvie Maurutto, directrice de la ville/agglo de Colmar
«Des taux de téléchargement et de fidélisation à la hausse»



Sylvie Maurutto, directrice de la communication de la ville/agglo de Colmar

«Des taux de téléchargement et de fidélisation à la hausse»

Ville, le but à l'avenir est de «développer encore les passerelles, pour une interconnexion optimisée entre les supports». Le tout au bénéfice d'un citoyen de plus en plus connecté et en mobilité, voire expatrié : «Avec l'édition augmentée, nous touchons davantage un lectorat international», glisse la dircom.

Contenus immersifs

Quelle que soit la technologie choisie, le nerf de la guerre reste l'expérience utilisateur, avec la diffusion de contenus inédits et immersifs, rapides à télécharger et au format adaptable sur tout appareil. En la matière, l'Indesign interactif a une longueur d'avance en termes de fonctionnalités, même si le PDF enrichi offre déjà des perspectives intéressantes et ce, à moindre coût. Dans les Ardennes, le pack Flippad (également utilisé pour le bulletin interne) revient à 50 € par mois, là où chaque digitalisation du *Point colmarien* s'élève à 4 000 €. Basé à Montpellier, l'éditeur de logiciels Aquafadas a développé un *plug in* ou module d'extension «clé en main», «permettant aux rédactions d'augmenter automatiquement leurs fichiers Indesign, avec une palette de plus de 40 enrichissements, puis de les distribuer, sans notion de code préalable», assure sa dircom, Allison Reber. Une solution, accessible à partir de 6 600 € l'année pour la publication d'un mensuel. Et une fois son magazine enrichi en ligne, reste à en informer les internautes : une opération facilitée par les notifications et le multimédia, avec de multiples relais/entrées possibles. Un e-lecteur averti en vaut deux. ♦ BARBARA GUICHETEAU

Vers un kiosque partagé ?

Appli mobile ou liseuse interactive (Calameo, Issuu, etc.), avec un module d'accès intégré à son site : quelle solution choisir pour optimiser la visibilité de son magazine ? Performante sur Smartphones et tablettes, la première solution est soumise aux capacités (limitées) de stockage et à la volatilité des usagers en termes de téléchargement. Facilement accessible, la seconde apparaît moins en phase avec les usages actuels. Une alternative pourrait consister à mettre en place une bibliothèque mobile partagée, à l'image du kiosque ePress pour les médias. L'idée : compiler plusieurs magazines de collectivités sur une même plateforme, ce qui augmenterait le nombre de produits disponibles en un outil unique et donc l'intérêt potentiel des lecteurs. Une mutualisation des ressources visant à décloisonner les territoires.



Accessible sur Smartphones et tablettes, via une application dédiée, la version augmentée du *Point colmarien* peut se lire hors connexion, une fois téléchargée.

site web ou d'autres adresses URL. Et la liste des enrichissements possibles est loin d'être épuisée. Leader français sur le marché des liseuses, Calameo propose un principe similaire, avec la possibilité d'enrichir et de personnaliser (plus ou moins, selon le pack choisi) ses PDF, «en insérant des contenus à l'intérieur des fichiers sources», explique son directeur général, Jean-Olivier de Bérard. Calameo comme Flippad fournissent des statistiques de lecture. «Outil d'évaluation du magazine, ce service nous permet aussi d'apprécier son audience, en augmentation», sourit Audrey Canuti. «Cet été, nous avons enregistré 22 visiteurs uniques sur le PDF brut, en ligne sur le site. Un chiffre passé à 471 à la rentrée, avec le magazine augmenté.» En prime, ce dernier a pour vertu de «booster le trafic global sur notre portail, grâce aux liens interactifs.» À Colmar, après un timide démarrage, la fréquentation est aussi en croissance : «Nos taux de téléchargement et de fidélisation sont à la hausse», confirme Sylvie Maurutto. Ce dynamisme profitant à l'ensemble des outils numériques de la