

## Assises du livre numérique Spéciales mobile

15 mars 2016 – 14h-17h30  
Salon Livre Paris – Espace 2000

---

### Mobile partie I - L'utilisateur au centre

- Emmanuelle Chevallereau, Responsable éditoriale de La Matinale du *Monde*
- Alexandre Brachet, Fondateur et Président directeur général d'Upian

#### L'information sur mobile : l'expérience de « La Matinale du *Monde* »

Après des années de domination de l'ordinateur de bureau, les mobiles et les tablettes sont devenues le principal support de consultation de l'information. Aussi les rédactions sont-elles passées d'un discours centré sur le mot d'ordre « Web First » à un discours focalisé sur le « Mobile First ».

« La Matinale du *Monde* » a été lancée sur Smartphone en mai 2015 avec l'ambition suivante : garantir au lecteur qu'en faisant de sa consultation un nouveau rituel du matin, il ne manquera aucune information majeure. **Emmanuelle Chevallereau** précise qu'il s'agit d'une édition quotidienne - ce qui constitue une rupture avec le flux que l'on déroule indéfiniment et qui est devenu le standard de la plupart des applications et sites d'information. La pertinence de ce choix est validée par les courbes qui montrent un pic de consultation des Smartphones le matin, au petit-déjeuner ou dans les transports en commun. Depuis novembre 2015, une édition est également proposée le week-end.

Tous les matins, l'équipe de « La Matinale » sélectionne une vingtaine d'articles ou de vidéos produits par les rédacteurs du *Monde*, du monde.fr et de « M », présentés sous la forme d'un jeu de cartes. Le lecteur est invité à ne conserver que les cartes qui l'intéressent pour constituer un mini-journal personnalisé qu'il pourra lire tout au long de la journée. Le temps de lecture est précisé sur chaque carte, qui est téléchargeable hors connexion. L'ergonomie est inspirée du site de rencontres Tinder.

La proposition éditoriale s'articule autour de trois piliers : l'actualité chaude, des clés de compréhension de l'actualité (analyses, chroniques, débats, tribunes) et des découvertes (dessins, portraits, histoires insolites, etc.). Des rendez-vous exclusifs sont également proposés le week-end (replays, podcasts, chronique sexualité, rattrapage de l'actualité, etc.). Ce faisant, « La Matinale » reflète pleinement la diversité de l'offre éditoriale du *Monde*.

L'application a été téléchargée 425 000 fois depuis son lancement et bénéficie d'un score de 4,5 étoiles sur l'Apple Store. La courbe des téléchargements est en ascension constante.

« La Matinale » repose sur un modèle freemium : l'application est téléchargeable gratuitement (ce qui permet de scanner les titres et de lire en intégralité les articles gratuits provenant du monde.fr), mais offre également la possibilité de souscrire un abonnement de 4,99 euros par mois pour lire la totalité des articles, y compris ceux qui proviennent du *Monde*.

« La Matinale » capte un public un peu plus jeune que celui du journal et du site Web, qui s'informe prioritairement le matin *via* son Smartphone. Les abonnés sont également de grands consommateurs d'applications de musique/vidéo ou professionnelles. Ceux qui choisissent de s'abonner le font pour bénéficier de l'expertise du *Monde*, pour la praticité du format (gain de temps, caractère ludique) et pour la possibilité de personnalisation. Les lecteurs de la version gratuite sont plutôt des personnes qui ne sont pas habituées à payer pour de l'information. Leur transformation en abonnés est très difficile à opérer.

Pour la suite, les objectifs sont les suivants : accroître le lectorat, attirer des lecteurs plus jeunes et enrichir l'offre des abonnés.

Après un an de mise en ligne, il apparaît que « La Matinale » répond bien aux attentes d'une population active qui souhaite optimiser son temps pour s'informer le matin. C'est un produit qui accompagne un changement d'usages. Ce n'est ni un concurrent de l'édition papier, ni un produit de substitution de l'application en continu, étant entendu qu'il existe autant de pratiques que de lecteurs. C'est une offre éditoriale à part entière, qui constitue un produit fidélisant. Il ressort également que le format mobile ne freine pas les lecteurs dans la lecture des longs articles. Au contraire, les lecteurs apprécient l'équilibre entre les articles courts et les articles longs.

#### La docu-fiction sur mobile : la collection à lire « Affaires sensibles » de France Inter

**Alexandre Brachet** a créé Upian en 1998, avec la conviction qu'Internet est un endroit extraordinaire pour raconter des histoires, donc un lieu idéal pour les auteurs. Upian est également le designer de plusieurs sites média (rue89, lesinrocks.com, etc.).

Lancé il y a environ un an, le programme « Affaires sensibles » est une collection d'histoires vraies à lire sur son téléphone. Il ne s'agit ni d'un livre numérique, ni d'une application, mais d'un site mobile de contenu pensé pour, par et avec le téléphone, l'accent étant mis sur la posture éditoriale. Un seul geste est nécessaire pour reproduire le rapport physique et automatique au livre : dérouler les pages de haut en bas.

Cinq histoires très différentes en termes de contenus et de types d'illustrations sont proposées. Le temps de lecture d'une histoire ne doit pas excéder quatre à cinq minutes. Tous les éléments sont entièrement produits sur mesure, au terme d'un très long travail d'édition. Un gabarit Word spécifique a ainsi été établi, calé sur le format d'un téléphone. L'exercice d'écriture est donc complexe : les phrases doivent être très courtes, pour une lecture très rapide et rythmée. De la même façon, le format des illustrations a été strictement prédéfini et a nécessité une véritable pédagogie pour faire comprendre les ratios d'une image adaptée au format d'un téléphone. L'outil Keynote permet de tester l'assemblage du texte et des images. La maquette est ensuite montée en Flash, pour tester les animations, avant d'exporter des JPEG ou des PNG dans une machine qui permet d'industrialiser le processus et d'alléger au maximum le contenu. L'objectif est de générer des images à la taille de chaque appareil qui se connectera au site mobile.

Deux directeurs de collection sont en charge du développement éditorial du concept. La collection est gratuite mais les auteurs sont rémunérés pour leur travail - Upian ne croit pas à l'économie de la rente – qui englobe l'écriture des textes et la réalisation des dessins.

Le financement de ce programme est difficile. France Inter s'était engagé avec force dans la coproduction de ces nouveaux récits, dans une logique de financement de documentaires. Ce programme a également été associé à l'émission quotidienne éponyme de Fabrice Rouergue.

La question de la visibilité d'un site internet réservé aux smartphones est également délicate. De nombreux internautes arrivent sur le site en surfant depuis leurs ordinateur et tablette et se voient l'accès à la lecture des collections refusée. Même si la page d'accueil invite à revenir depuis ce terminal de lecture, peu de lecteurs prennent le temps d'y retourner.

En outre, l'usage d'Internet n'est pas le même sur un mobile : on picore plus qu'on ne tague un favori, etc.

Pour cet ensemble de raisons, la solution de l'application serait sans doute plus pertinente.

« Affaires sensibles » a enregistré 76 000 visites. Le taux de rebond (visiteurs qui quittent immédiatement la page) étant très élevé, le nombre de véritables lecteurs, qui ont lu au moins deux histoires, est plutôt estimé à 25 000.

Les premiers enseignements de cette expérience montrent que le métier d'éditeur sur Internet est presque plus lourd que celui d'éditeur classique, tant les étapes de préparation sont nombreuses et longues pour accompagner les auteurs et les illustrateurs.