

# Apple jette son dévolu sur Texture, le « Netflix des magazines »

Apple met la main sur Next Issue Media, le groupe à l'origine de l'application Texture. Le montant de la transaction n'a pas été divulgué.

Texture se présente comme un kiosque à journaux virtuel souvent appelé « Netflix par abonnement » pour son système par abonnement payant. Pour 9,99 dollars par mois, l'internaute a en effet un accès illimité au contenu proposé par l'app. Celui-ci est issu d'environ 200 magazines.

## **Promouvoir le contenu de qualité**

A l'heure des « fake news », il s'agit, pour Apple, de mettre le cap sur le journalisme de qualité. Une démarche que la firme de Cupertino revendique déjà avec Apple News. Eddy Cue, vice-président senior des logiciels et services Internet au sein d'Apple, parle ainsi, dans un [communiqué](#) publié sur le site d'Apple, d'un « *journalisme de qualité provenant de sources fiables et permettant aux magazines de continuer à produire des histoires magnifiquement conçues et attrayantes pour les utilisateurs* ».

Avec ce deal, Apple crée une jonction avec des éditeurs (Condé Nast, Hearst, News Corp et Meredith (qui a acquis Time Inc. en 2017 pour 1,8 milliard de dollars, un autre fondateur)) de renom à l'origine de la création de Next Issue Media.

En 2012, c'est bien sous ce nom que l'application avait été lancée. Il s'agissait alors d'une initiative fomentée par des éditeurs pour contrôler la distribution numérique de leur contenu. Le service a finalement été rebaptisé Texture en 2015 avec un nouveau concept : donner l'accès aux meilleurs articles de magazines suivant les intérêts des abonnés.

Pour l'heure, Texture va rester disponible sur Android, Amazon Kindle Fire et Windows 10, en plus d'iOS.

Sur la plateforme mobile d'Apple, Texture avait été élue en 2016 par l'équipe éditoriale de l'App Store au titre des sélections annuelles Best Of, qui célèbrent les applications et les jeux les plus innovants pour les utilisateurs d'iOS.

## **Une possible jonction avec Apple News**

Si le nombre d'utilisateurs de Texture n'a jamais été révélé, John Loughlin, le P-DG de Next Issue Media / Texture, avait déclaré dans une interview en 2016 que ce nombre se situait autour des «centaines de milliers».

On est loin des 38 millions d'abonnés d'Apple Musique. Mais, pour Apple, il s'agit de composer avec la concurrence de Google (via le Play Store) et d'Amazon qui disposent également des kiosques à journaux.

Apple proposait auparavant une application fondée sur le même principe. Intégrée dans iOS,

NewsStand (Kiosque en français) a toutefois été fermée en 2015. Avec iOS 9, c'est Apple News qui voyait le jour. Une jonction entre Texture et l'app native d'Apple pourrait d'ailleurs bien être créée à l'avenir.

Fondé en 2009, Next Issue Media aurait été financé à hauteur de 90 millions de dollars, indique [TechCrunch](#). Alors que 40 millions de dollars proviendraient des éditeurs, 50 autres millions de dollars auraient été investis en 2014 (données [Crunchbase](#)) par KKR ainsi que d'autres groupes tels que BuzzFeed, Vox Media et Imgur.

John Loughlin ne cache pas son enthousiasme se disant « ravi que Next Issue Media, et son application Texture primée, soient acquis par Apple ». Et d'ajouter que « l'équipe de Texture et ses propriétaires actuels, Condé Nast, Hearst, Meredith, Rogers Media et KKR, ne pouvaient être plus heureux ou excités par ce développement. Nous ne pouvions pas imaginer une meilleure maison ou un avenir pour le service. »

(Crédit photo : @Apple)