

'L'e-mag' vole au secours de la presse papier

Comment sortir la presse traditionnelle française de la crise dans laquelle elle s'embourbe depuis plusieurs années? La question est posée et la contre-attaque se fomente?

Aujourd'hui les éditeurs de presse Cyber publishing et Hachette Filipacchi préparent des plateformes interactives pour lire et acheter ses magazines préférés en ligne. Hachette Filipacchi avec ses 260 titres est un mastodonte qui fait figure de précurseur en matière de diffusion numérique des journaux et magazines. Le groupe a confié à sa filiale, Hachette distribution services (HDS), la mise au point de ce nouveau système de colportage par écrans interposés. Et d'après les informations divulguées dans *le Figaro*, la plate-forme signée Hachette devrait être disponible dès le début du mois de septembre 2006. Toujours selon le quotidien, aux États-Unis, Hachette mène une série d'expérimentations de cette distribution numérique et dans le pays, plus d'un millier de sites existent déjà. À noter que pour l'éditeur ce nouveau système est une troisième voie et non une solution unique. Reste que le risque de cannibalisation est fort. Pour relever ce défi, Hachette va profiter de l'expertise de ces filiales Relay et Virgin qui mènent depuis un moment déjà des campagnes similaires. Enfin, c'est une occasion pour « fédérer » les éditeurs, ainsi, le groupe indique qu'il pourrait très bien proposer un catalogue complet de la presse sur une page dédiée, une espèce de kiosque virtuel, auquel il ne manquerait que le sourire et le contact du vendeur. À noter que d'un point de vue technique, la plate-forme américaine de Hachette fonctionne grâce à un logiciel développé par le groupe Zinio (utilisé par VNU et Time), mais que son e-kiosque français va profiter du travail des équipes de HDS et s'appuyer sur un nouveau programme.