

L'iPad à la rescousse de la presse grâce à Forecomm

Le 28 mai, [date de sortie de l'iPad en France](#), sera aussi la date de la sortie de 5 applications développées par [Forecomm](#), *Le Parisien*, *30 Millions d'amis*, *Sport*, *Stuffet Commerce International*. **Des applications dédiées à la presse et bien loin d'être « standard »** a expliqué **Jean-Luc Gemo**, fondateur de l'éditeur d'applications mobiles créé en 2007.

Ces « *applications de luxe* », en passe de débarquer sur l'iPad et sur l'iPhone, fonctionnent sous la **technologie Mozzo**, brevetée par les deux frères fondateurs de Forecomm. Créée pour « *lire de grandes images sur de petits écrans* », Mozzo s'est d'abord fait connaître en éditant des bandes dessinées sur l'iPhone (60 titres sont disponibles).

Des articles nets, des zooms, un contenu interactif

Fort de cette expérience réussie dans le monde de la BD, Forecomm a soudain eu plus de poids auprès des éditeurs de magazines, catalogues et journaux en tout genre pour qui, selon lui, « *l'avenir est dans le numérique* ». Les effets visuels et les possibilités au sein de ces applications sont aussi des atouts de taille.

Les articles apparaissent en effet en taille réelle et nets dès l'ouverture de l'application. Il est possible de sélectionner une partie d'**un article**, un graphique, un tableau..., de **l'agrandir et de zoomer**. Les interfaces tactiles sont identiques à celles de l'iPhone: l'agrandissement grâce aux deux doigts pour le multipoint, le glissement d'une page à l'autre en balayant l'écran du bout d'un doigt...

Le plus des ces nouvelles applications concerne aussi le **contenu interactif** proposé par les éditeurs de presse. Une icône en haut de l'image indique par exemple que d'autres images sont disponibles, permettant ainsi à la rédaction d'offrir plus de contenu à ses lecteurs.

150 applications disponibles dans l'AppStore et 70 autres à la fin de l'année

De même, suivant les codes d'une mission séduction, les éditeurs cherchent à **accrocher le lectorat** et à la fidéliser. L'application du *Parisien* comprend l'édition du jour (abonnement ou vente à l'unité), et gratuitement des cahiers départementaux et les éditions « suppléments » du journal. Les applications à l'essai seront bien sûr gratuites.

A ce jour, **les tarifs** des magazines disponibles sur l'iPad, qui restent déterminés par les quotidiens, ne sont **pas encore fixés**. Les développeurs de Forecomm estiment que le prix d'une édition du *Parisien* serait très certainement de « 1,49 euros ». Une somme sur laquelle l'entreprise ne touche rien puisque le journal règle une facture mensuelle (1200 euros) aux développeurs.

Cinq applications seront donc disponibles le 28 mai et **10 autres**, au moins, suivront **début septembre**, selon l'issue des négociations avec les éditeurs. Et les ambitions de l'entreprise de dix salariés ne faiblissent pas, bien au contraire. La sortie de **70 applications pour l'iPad est prévue pour la fin de l'année**, des applications concernant la presse écrite, la radio, la BD et à destination

de clients privés.

Un seul mot d'ordre donc : «*les applications de demain et les perspectives de l'iPad* ». « Positionnés là où était la demande », chez **Apple**, les fondateurs de l'entreprise affirment que **cet écosystème correspond à leurs attentes**, tout en continuant à développer des applications à destination des smartphones pour le compte de leur client Goom Radio, par exemple.

Reste **une inconnue : l'engouement du public**. Il y a trois ans, le quotidien *Les Echos* était un peu cassé le nez avec son e-Paper, une [offre d'eReader](#) pour lire le quotidien économique sur une liseuse dédiée. Mais, Jean-Luc Gemo ne scille pas. Selon lui, pas d'inquiétudes à avoir: « *Leur application était en noir et blanc... et, le marché n'était pas prêt.* » L'est-il aujourd'hui? Réponse le 28 mai prochain.