

LE TEMPS

innovation Mercredi 11 novembre 2009

Swisscom veut aider les éditeurs de presse à se vendre via Internet

Par Anouch Seydtaghia

L'opérateur télécoms s'associe entre autres à Edipresse, Ringier et Tamedia pour diffuser leur contenu numérique sur un appareil qui concurrencera le Kindle d'Amazon

L'alliance semblait hautement improbable. Et pourtant: Swisscom s'associe aux principaux éditeurs de presse du pays pour les aider à diffuser leurs journaux. Voire même à lancer une tablette numérique suisse qui concurrencera le Kindle d'Amazon. Annoncé mardi par Swisscom, ce partenariat débouchera sur de premiers tests pilotes début 2010.

«De l'écran souple japonais à microbilles au Kindle, nous étudions depuis quatre ans le marché des nouveaux supports pour la presse, explique Philippe Gendret, chargé des activités numériques chez Edipresse. Ce sont désormais les tablettes au format A4 qui sont les plus séduisantes. Swisscom est le partenaire idéal pour nous aider à transférer notre contenu sur ces appareils. Edipresse compte au total 250 000 abonnés pour l'ensemble de ses journaux: seuls, nous ne sommes pas capables de livrer de façon simultanée une édition électronique personnalisée à 10% d'entre eux.»

A l'opérateur, qui ne cesse de se diversifier, de trouver la bonne solution technique. «Nous testons des dizaines d'appareils, dont certains issus de start-up suisses, pour trouver le bon lecteur numérique, explique Christian Neuhaus, porte-parole de l'opérateur. Nous devons aussi établir un standard suisse pour diffuser facilement les journaux des éditeurs intéressés. En plus d'Edipresse et de Ringier (chacun actionnaire à 44,7% du Temps), Tamedia, le groupe NZZ et Orell Füssli sont de la partie.

A l'heure où chaque titre propose, sur Internet, une version e-paper et PDF, développer un nouveau support fait-il sens? «Oui, car seule une solution mobile dédiée, affichant en couleurs et avec précision la même mise en page que l'édition print, intéresse les lecteurs», assure Philippe Gendret. Exit donc le Kindle et son écran noir blanc qui ne respecte pas la mise en page des journaux. «De plus, pour Amazon, le marché suisse est peu attractif, poursuit Christian Neuhaus. Autant développer notre propre solution.» D'autant qu'Amazon perçoit une commission de 30% sur le contenu vendu.

L'expertise technique de Swisscom doit aussi permettre de diffuser le contenu sur d'autres plateformes. Ainsi, des versions pour iPhone ou ordinateurs portables sont envisagées. «Et ce toujours avec le souci de diffuser de façon efficace un contenu très varié, insiste Philippe Gendret. Nous imaginons des lecteurs qui s'abonnent au Tages-Anzeiger et à la partie sport du Blick, ou à 24 heures et aux pages économie du Temps.»

Swisscom et les éditeurs songent aussi à synchroniser le contenu entre différents supports. Ainsi, il serait possible de commencer la lecture d'un journal sur un lecteur dédié et de la poursuivre sur un PC, par exemple.

Au niveau mondial, les éditeurs restent sur la défensive face à Internet. Ainsi, Rupert Murdoch,

directeur de News Corp, a annoncé ce week-end qu'il allait interdire à Google de référencer le contenu de ses sites web d'information. «Libre à lui de le faire», a répondu en substance le moteur de recherche.

LE TEMPS © 2009 **Le Temps SA**