

DISCOUNT PRESSE vient de conclure un partenariat exclusif avec **NewPress** distributeur exclusif sur la France de la technologie américaine **NXTBook** et va lancer **DIGITALE PRESSE** le premier portail de la Presse digitale en France.

Cet accord va permettre à Discount Presse de vendre aux éditeurs un procédé permettant de transformer leurs PDF papier en version digitale interactive, ainsi qu'un site portail de commercialisation de leur magazine digital.

Le procédé NXTBook est technologiquement le plus abouti et le plus simple à utiliser sur le marché (pas besoin de télécharger un lecteur avant utilisation : il est prouvé qu'à ce stade 50% des gens arrêtent...). Il permet « on line » de lire directement sur Internet une version digitale de son magazine et bien entendu si on le désire de télécharger le magazine sur son ordinateur pour le lire off line.

La vente s'effectuera dans un premier temps directement sur le site Discount Presse au travers d'un onglet supplémentaire : **Digitale Presse**. Puis quand le catalogue sera suffisamment étoffé sur un site "dédié": **DigitalePresse.com**. Plusieurs formules seront proposées : achat au numéro, achat mixte papier / digital, abonnements ou achats de crédits de consultations.

Pour un coût éditeur de 300 à 500 euros par parution suivant la périodicité et la pagination (à comparer avec le coût de l'impression papier 15 K€ à 45 K€), le magazine sera transformé en version digitale et vendu sur Discount Presse avec une commission de 25% HT.

Actuellement ce concept existe aux US et en Asie depuis environ 3 ans, son développement s'est fait en 3 étapes : La première fut l'offre de catalogues commerciaux sous forme digitale, celle ci représentant maintenant près de 50% du volume pour les sociétés ayant choisi le digital, la deuxième étape a été la Presse Professionnelle : environ 40% des lecteurs choisissent la version digitale / au papier.

Enfin, depuis environ 1 an la presse magazine (news et magazines) est rentrée aussi sur ce marché, et les premiers secteurs porteurs sont l'informatique, les jeux vidéo, le cinéma, la musique qui arrivent à séduire entre 20 à 30% des lecteurs avec cette formule digitale.

En France le marché est encore vierge

Le groupe Lagardère (Hachette, NMPP, ...) prévoit le lancement d'un kiosque digital pour la fin de l'année sur tous ses magazines et tente de rallier des éditeurs pour reconstituer son monopole actuel de la distribution papier (les NMPP) sous forme digitale. Il propose aux éditeurs à peu près le même forfait que Discount Presse avec 50% commission.

Les éditeurs consultés par **Discount Presse** n'ont pas l'attention de se faire encore piéger dans un nouveau quasi monopole (Après les NMPP) de la distribution de la presse digitale... Cyber Press prévoit la mise en ligne d'un kiosque numérique pour ses magazines cet été.

Discount Presse à donc une carte à jouer pour fédérer les éditeurs de presse magazine et leurs redonner enfin le pouvoir sur la diffusion digitale dans un premier temps.

Selon le fondateur Hervé Gicquel, « **Discount Presse** peut, en moins de 3 mois, devenir le premier acteur et le leader sur ce marché qui représente l'avenir de la presse dans les 10 ans à venir et environ 20 à 30% d'un marché de 2 milliards d'euros ».

A voir : Magazine « Streaming Media » :

<http://www.nxtbook.com/nxtbooks/streamingmedia/sourcebook/>

Cet exemple est particulièrement intéressant parce qu'il illustre ce que l'introduction du **Rich Media** peut apporter comme valeur ajoutée aux **espaces publicitaires** contenus dans une revue on-line. Certaines publicités sont « enrichies » légèrement (une simple animation sur un titre ou une photo), d'autres sont plus élaborées...

A consulter absolument dans ce magazine (accès direct à chaque page en indiquant son numéro dans le petit cadre situé au milieu de la barre de navigation) : **pages 49** (animation) - **58** (audio) - **61**(video) - **81** (animation) - **104-105** (animation) - **108-109** (animation) - **110-111** (animation) - **116-117** (« tunnel » publicitaire).

Il faut noter que **le format proposé à l'annonceur dans un Nxtbook - une pleine page de publicité – n'a aucun équivalent aujourd'hui sur Internet**, et qu'il lui offre ainsi un espace de création beaucoup plus important ! De plus, son pendant avec le *print* fait que ce format est peu ou pas intrusif : les lecteurs sont habitués depuis longtemps aux pleines pages de publicité depuis bien longtemps...

Site : : <http://www.discountpresse.com>

mail : hgicquel@discountpresse.com

Tél : 05-57-15-07-39