



Véronique ROS-SAUTET

Formatrice digitale spécialisée en publication numérique

Amigraf



Les opérateurs PAO ont leur rôle à jouer dans cette transformation digitale.



Bonjour Véronique Ros-Sautet, que pensez-vous du marché de la publication numérique actuellement ?

Depuis l'apparition et la démocratisation des smartphones et des tablettes, nous assistons aujourd'hui à une transformation du mode de lecture traditionnel.

De nombreuses statistiques le prouvent, les gens lisent de plus en plus sur des écrans nomades. Dans un monde particulièrement connecté, nous ne pouvons plus nous contenter d'éditer des publications exclusivement destinées à l'impression.

Quels intérêts peuvent avoir les publications numériques par rapport aux éditions traditionnelles ?

Tout d'abord, la notion d'interactivité. Ce point me paraît central dans cette transformation du numérique : qui n'a jamais rêvé de pouvoir visionner la bande annonce d'un film en consultant sa critique, ou de voir s'animer les images du match de la veille en lisant les résultats sportifs ?

Nombreux sont les grands éditeurs à avoir déjà franchi le pas de la publication numérique enrichie : « M » pour Le Monde magazine, « iMad » pour Madame Figaro, « é » pour Étapes Gra-

phiques, etc. Dans les années à venir, cette liste ne cessera de s'allonger.

De plus, la centralisation de ces éditions sur les stores numériques facilite la gestion des différentes publications et abonnements : là où auparavant il fallait se déplacer chez le libraire pour espérer trouver le dernier numéro de son magazine favori ou de son quotidien, désormais il est possible de s'abonner et de récupérer directement sur son appareil les derniers numéros, voire des numéros plus anciens.

Du point de vue de l'éditeur, il est possible grâce à une simple mise à jour de corriger à la volée une « coquille » ou une information erronée en dernière minute et ce de manière totalement transparente pour l'utilisateur.

Quels outils avons-nous à disposition pour publier numériquement des éditions ?

De nombreux outils professionnels existent déjà, et certains d'entre eux sont déjà familiers du monde de l'édition et de la PAO. InDesign permet, depuis quelques versions, de partir d'une maquette existante, d'en enrichir le contenu voire même, à l'aide de DPS (Digital Publishing Suite) de le publier facilement sur les différents stores pour appareils iOS ou Android.

Il existe aussi d'autres outils, comme Twixl Publisher, Aquafadas, Panda Suite, etc. qui

peuvent correspondre à différents besoins et tarifs et permettent de mettre en forme et d'enrichir une publication pour une expérience optimale lors de la lecture sur support adapté.

Est-il forcément nécessaire d'apprendre à coder pour enrichir de la publication digitale ?

Pas nécessairement, même si cela peut parfois être un plus. Il existe de plus en plus de logiciels permettant une approche plus douce à la création de contenu numérique. Edge Animate par exemple permet de pouvoir créer des animations sans devoir obligatoirement rentrer du code. Si la connaissance du code est un atout supplémentaire pour pousser plus loin la personnalisation de contenu, elle n'est pas pour autant un barrage pour celui ne disposant pas de ces compétences.

Quel est le rôle de la formation dans ce virage technologique ?

Tout opérateur prépresse a son rôle à jouer dans cette transformation digitale. Pour cela, un centre comme Amigraf propose des formations pour répondre à leurs attentes. Il ne s'agit pas de tout réapprendre, mais de compléter ses connaissances sur des outils utilisés au quotidien afin de permettre une nouvelle approche plus complète.