

Communiqué de Presse

HARDI magazine

24/05/2013

Contacts Presse :

Sébastien Rouchon
sebastien@hardimagazine.com
06.62.37.15.99

Lucas Marquand Perrier
lucas@hardimagazine.com
06.10.20.80.88

HARDI, le futur de la photographie interactive.

HARDI est un magazine annuel de mode et d'art, dédié à l'image, tourné vers un nouveau genre de contenus, mêlant photographie, vidéo, avec toute l'interactivité qu'offrent désormais les tablettes.

HARDI est une application gratuite disponible dès à présent sur l'AppStore.

HARDI est né de l'envie d'imaginer le contenu éditorial et publicitaire de mode et de luxe du futur, et de proposer aux lecteurs une nouvelle expérience utilisateur.

HARDI est né d'une idée forte, celle que la presse est au milieu d'une révolution majeure.

HARDI est né du constat que les magazines sur tablettes n'exploitent que très peu les possibilités que ces nouveaux supports offrent en terme de mouvement et d'interactivité.

HARDI est né d'une conviction, celle que l'innovation technique doit être au service de la création

HARDI est pensé, créé, réalisé par de talentueux professionnels de l'image et de l'innovation numérique, des artisans du beau, du moderne, du léché, qui impulsent leurs inspirations iconoclastes, un syncrétisme esthétique réunissant photographes, réalisateurs, auteurs, directeurs artistiques autour de la création comme valeur absolue.

Créé par **ROUCHON PARIS**, le leader de la prestation technique pour la photographie de mode et de luxe à Paris, **HARDI** est avant tout un laboratoire qui permet d'explorer ce nouveau champ de création rendu possible par la démocratisation des tablettes et par les nouvelles techniques de prise de vues.

HARDI #1, DANCE - Le Sommaire :

Les plus grands noms tout comme des talents nouveaux et prometteurs ont collaboré à ce premier numéro de HARDI .

En voici un petit tour d'horizon :

Sofia Sanchez & Mauro Mongiello dans la cover story « HOLY BRIDE » un fashion film avec le top-modèle Alana Zimmer dans le personnage d'une mariée vintage. Cette série présente des crédits interactifs qui changent automatiquement à chaque nouveau look dans le film.

Gyome B Dos Santos a filmé le superbe collier panthère pour « CARTIER » dans un still life interactif qui permet en inclinant la tablette de faire scintiller le collier pour le rendre plus réel que jamais.

François Rousseau et les danseurs étoiles de l'opéra de Paris (Marie-Agnès Gillot, Vincent Chaillet, Alice Renavand et Audric Bezard) ont créé « SANS TUTU », une série de photos qui prennent vie d'une touche de l'écran.

Le chorégraphe Yannick Hugron et le cinéaste Zack Spiger font un hommage à Pina Bausch avec le très poétique « TANZ, TANZ », une succession de tableaux présentant de nombreuses interactions permettant tour à tour au lecteur de changer de point de vue sur une séquence filmée, de jouer une autre séquence au doigt et à l'œil ou encore de jouer avec la bande son de la dernière séquence.

Nathaniel Aron fait danser un Krumper dans des costumes « DIOR » sur la musique de Vivaldi dans un pile ou face interactif très intense.

Dans « LOOP 'N JAM » **Christian Lartillot** s'inspire de la danse contemporaine pour créer un stop motion coloré et rythmé.

Tania & Vincent filment pour « CHRISTOFLE » la danse des petits pains de Chaplin réinterprétée et revisitée dans un ambiance pop, que le lecteur peut choisir de lire à la vitesse de son choix.

HARDI c'est aussi des textes inédits, écrits spécialement pour ce numéro, de Marc Lambron, Alizé Meurisse et Vincent Chaillet et une interview avec le célèbre chorégraphe Angelin Preljocaj.

HARDI se démarque des autres magazines du secteur du Luxe et du Lifestyle par son contenu interactif et sa volonté d'exploiter au mieux les possibilités techniques de l'iPad.

La lecture de HARDI est une expérience vraiment unique !

Produire des contenus spécifiques pour les tablettes

Le possesseur de tablette attend un contenu différent du papier, et plus interactif. Il veut du contenu éditorial enrichi et de la publicité interactive. (source magazine.org)

La tablette doit être considérée comme bien plus qu'un simple espace de stockage de magazines au format pdf. Pour pleinement profiter de ce qu'offrent les tablettes, il faut produire du contenu adapté au support, en répondant aux attentes de ces nouveaux utilisateurs.

Il est possible aujourd'hui de produire du contenu innovant, créant du mouvement et de l'interactivité. C'est ce que HARDI souhaite démontrer.

HARDI est une porte ouverte sur un nouveau monde créatif. Libérée de la contrainte du papier, enrichie par de nouvelles possibilités d'interaction entre un contenu et son lecteur/acteur, la création éditoriale et publicitaire a devant elle un horizon sans limite qu'il est grand temps d'explorer.

De la Motion Photography au magazine interactif

Né de la vision de **Sébastien Rouchon**, président de **ROUCHON PARIS** l'entreprise familiale, ce projet a pris vie grâce à la passion et à l'énergie d'**Anne-Marie van Dongen** (Directrice Technique Digital) et **Lucas Marquand Perrier** (Directeur de Production) qui ont su insuffler au projet l'exigence requise par le milieu de la mode et du luxe, et la créativité permettant la naissance d'un vrai magazine avec une identité forte et un contenu pointu.

Fils, petit-fils et neveu de photographe, Sébastien Rouchon a démarré sa carrière professionnelle dans le Web puis dans la production audiovisuelle et multimédia avant de reprendre en 2007 la direction de l'entreprise fondée par son grand-père.

Les évolutions techniques des capteurs et boîtiers photo ainsi que des caméras vidéo et l'arrivée sur le marché des nouveaux supports numériques (Smartphones, tablettes, écrans de pub digitaux..) lui ont rapidement ouvert les yeux. Une nouvelle révolution était en marche et il fallait faire partie des pionniers.

A l'époque, en 2010, il commence à parler de **Motion Photography**. A partir du moment où on considère que la vidéo n'est jamais que 25 photos par seconde, pourquoi ne pas imaginer une photo d'une ou plusieurs secondes ?? Pourquoi ne pas rajouter un peu de mouvement sans pour autant se détacher de l'esprit d'une photographie réussie ? Premiers essais, premiers tests, mais sans support grand public pas vraiment d'essor possible pour ce type de contenus.

C'est dans ce contexte et avec l'apparition du premier iPad que l'idée de produire des contenus innovants pour les tablettes a émergé et que chemin faisant elle s'est transformée en concept de magazine interactif pour donner naissance à **HARDI**.

Une réalisation innovante de ROUCHON PARIS

Forts de plus de 10 plateaux de prise de vues en plein Paris et de tous les moyens de production nécessaires, **ROUCHON PARIS** est quasi autonome pour la production et la post production de tous types de contenus grâce à ses 3 départements **STUDIOS, DIGITAL et PRODUCTION**.

Avec cet éventail élargi de prestations et ce projet entièrement autoproduit et autofinancé, **ROUCHON PARIS** démontre qu'il est bien plus qu'un Studio de location et prouve sa capacité à innover et à étendre son savoir-faire et son sérieux reconnus par la profession à ces activités digitales et de production.

HARDI est le fruit de 2 années de recherche, soutenu par Oséo et la région Ile de France. Ce projet a nécessité un programme d'innovation pour développer à la fois un savoir-faire et un workflow nouveaux pour la production de ce nouveau genre de contenus, mais aussi le développement de fonctionnalités nouvelles pour l'iPad, avec notamment la possibilité de lire plusieurs vidéos simultanément ou encore de contrôler la lecture d'une suite d'images grâce au gyroscope et à l'accéléromètre.

Avec **HARDI**, **ROUCHON PARIS** développe aussi de nouveaux services auprès des annonceurs, de leurs agences, et des groupes de presse pour les accompagner dans cette mutation digitale.

Un parc de tablettes en explosion

En 2012, pour la première fois dans l'histoire de l'informatique, le nombre de ventes d'ordinateurs a baissé...au profit des tablettes !!

6 millions de tablettes seront vendues en France en 2013 selon l'institut. Il y a plus de 300 millions de tablettes dans le monde en 2013. A terme il se vendra plus de tablettes que d'ordinateurs.

70% des propriétaires de tablettes affirment vouloir pouvoir acheter directement depuis une publicité sur un magazine digital (source magazine.org)

La publicité interactive améliore de 59% les intentions d'achats des lecteurs (source magazine.org)

Le Digital apporte de nouveaux lecteurs aux titres de presse. C'est pour cela qu'au premier trimestre 2012 il y avait 1159 applications de magazines aux Etats-Unis contre 875 au trimestre précédent.

La question ne se pose plus. Les tablettes vont rapidement devenir un moyen incontournable de diffusion de la presse et représente même le moyen de toucher une cible nouvelle.