

Copy stratégie

Contexte

Actuellement, les maisons d'édition sont surchargées de manuscrits. Le nombre d'auteurs souhaitant se faire publier augmente, tandis que les comités de lecture se réduisent dans un contexte où les maisons d'édition sont toujours plus exigeantes. D'un autre côté, la bêta-lecture se développe et se démocratise, notamment en ce qui concerne la lecture numérique. Pour autant, les interfaces numériques sont peu ou pas adaptées à la lecture sur écrans, rendant donc sa pratique plus difficile et moins agréable que sur format papier.

Comment le designer graphique pourrait-il délester les maisons d'éditions tout en mettant la bêta-lecture en avant ?

Une application de bêta-lecture

Surchargée de manuscrits en attente, la maison d'édition **Pocket Jeunesse (PKJ)** et le groupe **Editis**, en partenariat avec l'enseigne **Cultura** et l'application de catalogage culturel **Babelio**, souhaite déployer une application native axée sur la bêta-lecture. Composée d'une communauté bienveillante de bêta-lecteurs, elle aurait pour but de recueillir de premiers avis du public sur les manuscrits en attente afin d'évaluer leur potentiel avant publication officielle.

PKJ est une maison d'édition française, filiale du groupe **Editis** et spécialisée dans la littérature jeunesse et young adult. Leur ligne éditoriale est orientée vers la fantasy, la dystopie, l'aventure et le contemporain. Elle est particulièrement connue pour ses publications comme **Hunger Games** ou **Divergente**.

Contrairement aux plateformes en ligne concurrentes qui véhiculent une image professionnelle (Offres Premium, concours...), cette application revendiquerait son côté « bêta », comme une sorte de laboratoire. Plutôt axée vers une cible féminine, l'application reste ouverte à tous types de bêta-lecteur·ices, amateur·ices comme expérimenté·es.

Cahier des charges

Le design UI d'une application mobile en responsive, avec wireframes, scénario du parcours utilisateur, splash screen et design system. Cela comprendra la création d'une identité visuelle en amont, avec une phase de naming, design du logo et de la charte graphique (typographie, palette de couleurs...). Celle-ci n'est pas obligée d'être en accord avec la charte déjà existante de **PKJ** ou du groupe **Editis**. La mise en page des textes sera optimisée afin de permettre une expérience utilisateur optimale et des éléments de personnalisation par l'utilisateur (tailles des textes, dark mode) seront disponibles.