

ATLANTICO, ENTRE LE DAILY BEAST ET LE HUFFINGTON POST?

LE 28 OCTOBRE 2010 BENOIT RAPHAËL

Alors que le lancement du "pure player de droite" se rapproche à grands pas, Benoît Raphaël a rencontré ses créateurs, Jean-Sébastien Ferjou et Arnaud Dassier.

Jean-Sébastien Ferjou et Arnaud Dassier, les co-fondateurs (avec Pierre Guyot, ancien de RTL, Europe 1 et BFM) du futur pure-player d'informations Atlantico, m'ont fait le plaisir de me recevoir (à leur demande) pour me parler de leurs ambitions.

On a parlé un peu politique, bien sûr, Atlantico ayant été présenté **ça** et **là** tantôt comme un Rue89 ou un Mediapart de droite. Le rapprochement serait plutôt à faire avec Slate.fr: le média se veut un site d'infos qui laisse la part belle à l'opinion et à l'analyse. Mais "*plus en prise avec l'actualité chaude*", précise Jean-Sébastien Ferjou.

Quant à l'étiquette "de droite", les fondateurs ne la revendiquent pas, même s'ils ne récusent pas leurs affinités. Arnaud Dassier, l'un des investisseurs aux côtés de Charles Beigbeder (ex candidat à la présidence du Medef) a conseillé l'UMP sur la campagne Internet de Nicolas Sarkozy. La volonté, cependant, "*n'est certainement pas de créer un média militant*". Mais bien de remplir un vide dans l'offre médiatique à travers un site d'infos à sensibilité "*libérale*" et indépendant. Un média qui souhaite s'appuyer sur la campagne présidentielle pour construire son audience et s'imposer dans le paysage des pure-players d'infos. Une stratégie **inspirée du site américain The Huffington Post**, d'inspiration démocrate, à qui la présidentielle a servi de levier d'audience.

Le rapprochement avec le Huffington Post n'est pas anecdotique. Même si les fondateurs préfèrent évoquer le modèle du **Daily Beast**, qui mélange articles de fonds, journalisme de liens et opinions, avec une approche urbaine et moderne, un vrai ton qui a permis au jeune site new yorkais (**que j'avais visité en juin dernier**) de trouver une place de choix.

Journalisme de liens

La ligne éditoriale annoncée se veut d'ailleurs très ouverte: Atlantico parlera de politique, d'économie, de sciences, mais se permettra également d'aller sur des terres plus grand public comme l'insolite ou la télévision. "*L'idée est de casser la hiérarchie de l'info*", commente Jean-Sébastien Ferjou.

Le profil des co-fondateurs va dans ce sens: Pierre Guyot et Jean-Sébastien Ferjou ont fait leurs armes dans l'audiovisuel, le premier en radio, le second à la télévision (LCI et TF1), tandis que leurs concurrents affichent plutôt une culture presse écrite.

A l'instar du Huffington Post, Atlantico consacra une bonne part de son éditorial au "*journalisme de liens*": 50% des contenus seront des sélections d'infos trouvés sur le web. A la manière de Slate.fr: c'est à dire quelques lignes de synthèse et un lien. Cette sélection ne sera pas mise au même niveau que les autres contenus (comme sur le Huffington Post), mais sera mise-en-scène dans une rubrique à part, comme sur Slate ou le Daily Beast.

Le reste sera constitué de billets d'analyses, écrits directement par des experts, édités par des journalistes, ou récupérés sous forme d'interview. "*Les journalistes ne seront pas sollicités pour écrire des articles, mais pour trouver la bonne personne, le bon expert, le plus habilité à parler d'un sujet.*" Un fil de dépêches (pas AFP) sera également proposé. Mais la rédaction ne s'interdira pas d'aller sur de l'enquête "*quand l'occasion se présentera*". Plus fréquemment demain, quand le budget le permettra...

Modèle publicitaire

Pas de chiffres précis sur le budget global (que j'estime à 600.000-700.000 €/an), justement, ni sur le nombre exact de journalistes, mais "*on est à peu près dans la fourchette de Slate*", entre 4 et 6 journalistes, avec un budget de piges ponctuel. Le site a été développé sous Drupal, un framework utilisé par la plupart des sites d'infos (Rue89, France 24, Slate et Le Figaro pour une partie...).

Il n'y aura pas de blogs, pas pour l'instant, mais un pool de contributeurs, parmi lesquels des

personnalités et des blogueurs, qui s'est engagé à produire. "Nous n'avons essayé aucun refus". Parmi eux, quelques "people" (pas de noms, juste que Jean d'Ormesson, n'en fait pas partie!), mais surtout des experts, acteurs de la vie économique, médiatique et culturelle. L'inspiration? Plutôt "Europe 1" que RMC ou France Inter.

Le business-model n'est pas encore très clair: le site sera gratuit, et s'appuiera sur un modèle publicitaire. Mais l'objectif est de jouer la diversification, avec probablement une couche payante. Mais pas dans l'immédiat. "La levée de fonds nous permet d'avancer tranquillement et nous laisse le temps de construire une audience."

Pas de date de lancement annoncée, cependant. "Il reste quelques réglages techniques à faire". Mais la rédaction est déjà en place et au travail.

Billet initialement publié sur la Social Newsroom

—

Crédits photo: Flickr CC **Manish Bansal**

R_GRANDMORIN

le 29 octobre 2010 - 8:25 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



La beta d'atlantico etait disponible en libre d'accès en septembre:

*<http://intelligenceetfrustration.blogspot.com/2010/09/analyse-de-la-beta-datlanticofr.html>
[images + analyses]*

la grande nouveauté est le cycle hebdomadaire de la rubrique "rendez vous". Elle est constituée de la revue de presse des hebdos, revue de presse des hebdos people, l'invité de la semaine et le dossier de la semaine.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

WEBSITE DESIGN

le 10 novembre 2011 - 0:57 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



You should take part in a contest for one of the best blogs on the web. I will recommend this web site!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE