

# ATLANTICO, VRAIE FACE DU MODÈLE ÉCONOMIQUE DU WEB

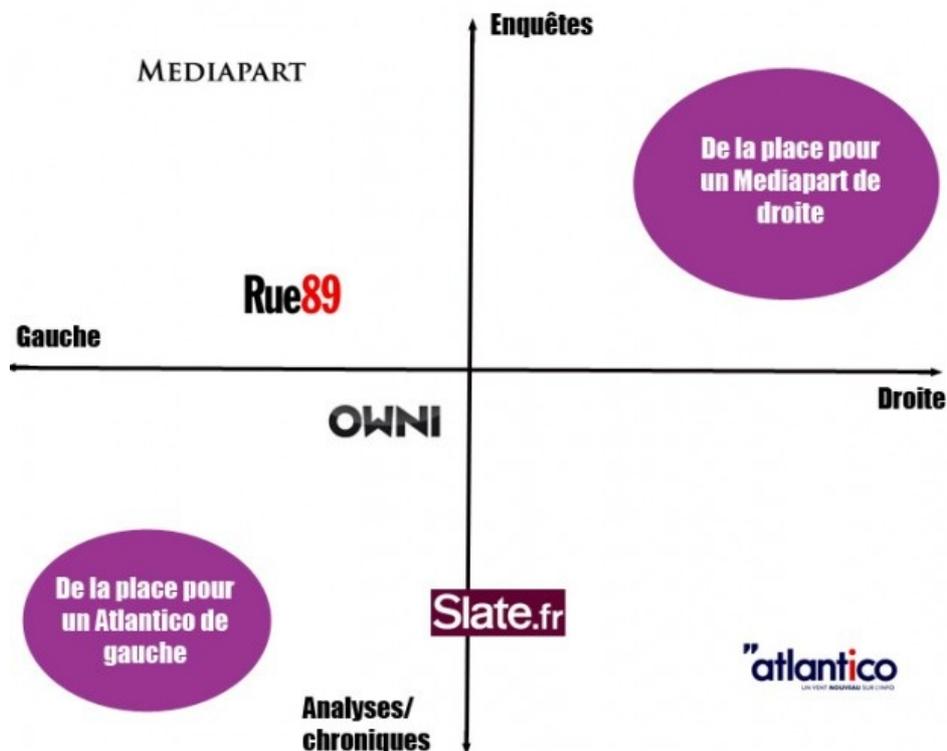
LE 8 MARS 2011 VINCENT GLAD

Avec des recettes éprouvées, le nouveau pure-player de la presse française a créé un modèle tendu vers l'audience à bas coûts. Analyse

Lancé lundi dernier, Atlantico.fr a bénéficié d'un bruit médiatique à la Benjamin Lancar. Tout le monde ou presque dans la sphère web a critiqué ce nouveau pure-player classé à droite mais l'équipe a encaissé sereinement les coups, sachant que tout *bad buzz* est avant tout un buzz: «*Et voilà, #Atlantico est déjà dans les trending topics. Merci à tous ! (oui, à vous aussi, les haters)*», **écrivait** le site sur son Twitter le jour du lancement.

Le débat autour d'Atlantico s'est polarisé autour de son ancrage à droite. «**Atlantico, cap à tribord**», titrait Owni, «**Atlantico, le pure-player ni de gauche**», titrait Libé tandis que Laurent Mauduit de Mediapart oubliait les politesses d'usage entre confrères en publiant une chronique tonitruante «**Atlantico, la droite rance**». De son côté, 20minutes.fr **soulignait** l'absence d'innovation du pure-player qui ne se distinguerait que par son positionnement politique: «*Rien de révolutionnaire pourtant puisque des sites comme Slate, Owni et LePost mêlent justement production et agrégation. Atlantico n'a donc rien du chaînon manquant au paysage digital français mais son originalité réside ailleurs. Dans son positionnement libéral précisément.*»

J'ai moi-même cédé à la tentation d'y voir simplement un Slate de droite, en publiant sur Twitter cette petite cartographie des pure-players.



Mais Atlantico n'est pas un Slate de droite, c'est à dire un site d'information magazine, plus centré sur l'analyse et le commentaires que sur la recherche de scoop. Après une semaine d'existence, Atlantico apparaît plutôt comme un **Huffington Post** français — voire un **Morandini** haut de gamme — c'est à dire une publication tendue vers l'audience à bas coûts, le libéralisme appliqué au journalisme web. Ce qui est une petite révolution dans la sphère des pure-players.

Atlantico s'est donné pour objectif d'atteindre les 600.000 visiteurs uniques d'ici un an, ce qui paraît tout à fait jouable. Quatre types de contenu devraient particulièrement cartonner en

audience et ce, pour des coûts de production très faibles: les «exclusifs», les «pépites», «Atlantico light» et les chroniques polémiques.

## Les «exclusifs»

En une semaine d'existence, Atlantico a multiplié les articles pastillés «exclusif»: **Sarkozy aurait tenté d'attirer Jospin dans ses filets, les enfants de Hollande et Royal ont posé un ultimatum à leurs parents, les squatteurs de "Jeudi Noir" n'étaient pas des mal-logés et les éditeurs parisiens perquisitionnés par la Commission Européenne.** Ces articles ont la particularité de n'être pas signés.

En ce qui concerne les deux premiers scoops politiques — dont le premier est au conditionnel— il s'agit d'une version web des indiscrets des magazines d'information comme L'Express ou Le Point, une pratique qu'évitent d'ordinaire les pure-players. La source n'est pas citée et on ne sait pas très bien si l'info a été recoupée. «*[Ça me rassurerait] que la presse web ne reproduise pas le pire de la presse mag avec des "confis" non sourcés et survendus...*», écrit le journaliste du Monde.fr Samuel Laurent à l'occasion d'**un tweet-clash avec Jean-Baptiste Giraud**, le réd chef d'Atlantico.

Cette valorisation de l'«exclusif» rappelle Morandini qui applique ce label à des informations dont **l'importance n'est pas toujours capitale**, et qu'on a parfois **déjà vu ailleurs**. L'«exclusif» sur la perquisition chez les éditeurs parisiens était d'ailleurs sorti quelques minutes plus tôt sur O1net, comme **l'a relevé le journaliste David Doucet sur Twitter**.

Il faut espérer qu'Atlantico n'aille pas aussi loin que lesindiscrets.com, **le site lancé par un ex-associé de Morandini et depuis racheté par Omar Harfouch**, qui a sorti une longue série de scoops non sourcés et non signés au parfum de soufre, notamment un article "révélant" **un scandale sexuel scabreux chez les Jeunes Populaires et plusieurs scuds contre Valérie Pécresse**.

Malgré très peu de reprises média pour l'instant, **à part sur des sites de buzz**, ces articles ont l'air de bien marcher, en tête des **stats affichées en Une d'Atlantico vendredi soir**.

## Les «pépites»

Pour sa rubrique «pépites», Atlantico s'est directement inspiré du **Daily Beast**, un des exemples les plus connus de **journalisme de liens**. Comparatif entre le Daily Beast à gauche et Atlantico à droite.

**CHEAT SHEET**

MUST READS FROM ALL OVER

**1. ONWARD**  
**Libyan Rebels March Toward Tripoli**  
 Former military officers help them organize. →

**2. YOU'RE FIRED**  
**Tunisians Topple Interim PM**  
 Successor named after deadly protests. →

Audi Truth in Engineering 

The new Audi A8 is here.  
 Luxury has progressed.  
 • Learn more



**3. ACADEMY AWARDS**  
**Oscar Crowns *The King's Speech***  
 Colin Firth, Natalie Portman win top acting prizes. →

**PÉPITES**

**1 Allocution présidentielle**  
**Les blogueurs ont la dent dure**  
 Le remaniement ministériel ne surprend pas la blogosphère. Pire, il déçoit.

**2 Royal**  
**Les Oscars couronnent "Le discours d'un roi"**  
 Meilleur film, meilleur réalisateur et meilleur acteur... L'Académie prend le contre-pied des Golden Globes.

**3 Mauvaise élève**  
**La France mal classée à l'indice de misère**  
 L'indicateur combine le taux de chômage et l'inflation.

**4 Révolutions arabes**  
**Crise en Libye**  
 L'ONU adopte de sévères sanctions contre la famille Kadhafi et saisit la Cour Pénale Internationale.

**5 Fibre optique**  
**Numéricable réclame 3,1**

Ces «pépites» sont ambiguës. Car derrière la bienveillante volonté de #partage des meilleurs liens avec son lectorat, la vocation de «**facilitateur d'accès à l'information**», les «pépites» sont surtout un piège à clics. Le seul vrai journalisme de liens est celui pratiqué par le **Drudge Report**, où les liens renvoient directement vers les sites producteurs de l'information. Le modèle du Daily Beast et d'Atlantico (**que pratique aussi Slate**) est en fait un braconnage d'audience: les liens renvoient vers un article maison qui résume à grand traits l'article d'origine. Le média producteur de l'information n'obtient que des clics marginaux et se voit concurrencé directement sur Google News (et donc **dans les premiers résultats de Google**) par des articles reprenant son contenu.

Ce format d'articles permet aussi à Atlantico d'être présent sur l'actu très chaude, en publiant parfois des articles de trois lignes paraphrasant un urgent AFP publié sur un autre média. Comme le veut l'usage sur Internet, le «**trouveur**» est bien cité mais on est bien loin de la philosophie du journalisme de liens.

## L'hommage posthume et unanime à Annie Girardot



C'est sa petite-fille qui en a fait l'annonce à l'AFP en ce début d'après-midi. Annie Girardot s'est éteinte "paisiblement" aujourd'hui à l'hôpital Lariboisière à Paris. L'actrice très populaire à la voix gouailleuse et au profil énergique avait 79 ans et souffrait de la maladie d'Alzheimer depuis près de dix ans.

Vu sur : [radiofrance](#)

(Article supprimé depuis, retrouvé dans [le cache Google](#))

### Atlantico Light

C'est l'héritage direct du Huffington Post. Le pure-player américain ne s'embarrasse pas de scrupules et finance ses articles sérieux par des **infos people** et des **portfolios de filles à poil**. Le blogueur Cédric Motte avait **montré avec quelques stats** que le succès du site d'Ariana Huffington «*c'est le sexe, pas (que) l'information*». Pour profiter de cette manne d'audience, Atlantico a lancé une **rubrique «light»** qui regroupe des sujets *lifestyle* à la Slate et des infos people.

Pour produire de l'actu people avec une équipe restreinte (une dizaine de journalistes), le modèle est le même que pour les «pépites», la reprise d'articles des médias français et surtout anglophones. Le problème de l'actu people est qu'elle nécessite de gros budgets photos, qu'Atlantico n'a pour l'instant pas l'air d'avoir. Ainsi, **un article sur «la tenue très dénudée» de Madonna** lors d'une *after-party* des Oscars est illustrée par une capture d'écran du site du Daily Mail, permettant de montrer les photos de Madonna à un coût zéro.

### Les chroniques polémiques

C'est la liste des chroniqueurs d'Atlantico qui a fait le plus parler d'elle, avec notamment Gérard de Villiers, ancien de *Rivarol* et auteur de la série S.A.S., Chantal Delsol, historienne qui a consacré sa carrière à liquider l'héritage de mai 68 ou Gaspard Koenig, ancienne plume de Christine Lagarde et auteur du livre *Les Discrètes Vertus de la corruption*. Avec de telles signatures, il y aura forcément de la polémique et une manne d'audience assurée. Pour l'instant, pas encore de saillie retentissante, à part une chronique du souverainiste Paul-Marie Couteaux, **DSK: Jacob a visé juste**, où il taxe Dominique Strauss-Kahn de «*candidat hors sol*».

### Le journalisme web sans ses gourous

La vraie différence d'Atlantico par rapport à ses concurrents pure-players vient du profil de ses journalistes. Les patrons du site, comme les petites mains, viennent tous de la télévision et de la radio, et non pas de la presse écrite et du web comme chez Rue89, Slate ou Médiapart.

Leur discours face à l'audience est ainsi beaucoup plus décomplexé: lors de la conférence de presse de présentation, les fondateurs ont insisté sur le fait qu'il fallait écrire court car «*le temps de cerveau disponible*» des internautes est très faible. Une référence à Patrick Le Lay que n'oseraient jamais Edwy Plenel ou Pierre Haski venus sur le web pour faire de l'info de meilleure qualité que sur le papier. En construisant un média qui ne cherche pas à prouver par son contenu que l'Internet peut faire mieux que les autres médias, Atlantico fait du journalisme web dépoussiéré de ses gourous et montre la vraie face du modèle économique financé par la publicité.

Et si j'étais de mauvaise foi, je rajouterais qu'être de droite, c'est aussi un moyen d'être plus *pub-friendly* que Rue89.

### MARCHANGE

le 8 mars 2011 - 21:08 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je cite : "audience à bas coûts, le libéralisme appliqué au journalisme web."

Si je comprends bien cette phrase, tu assimiles le fait de rechercher les bas coûts à du libéralisme ?

Voulais-tu dire "concurrence effrénée", "capitalisme sauvage", "exploitation économique", ou bien encore "mondialisation galopante" ?

Ah que les notions sont facilement interchangeable quand on ne les maîtrise pas.

Je continue mes suppositions mais je pense que tu faisais référence au fantôme comme quoi la concurrence tirerait forcément la qualité vers le bas, en réduisant les coûts donc.

Rien de plus faux.

Pour prendre un exemple, le marché de la presse en ligne est un marché assez libre, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de barrière législative pour fournir de l'information en ligne. Dirais-tu que cette concurrence (corollaire symétrique de la notion de marché libre) entre tous les journaux en ligne tire la qualité vers le bas ? Que slate, owni, mediapart, lefigaro, le monde et consorts n'ont que pour solution de fournir de l'information de mauvaise qualité ?

Ca serait te tirer une balle dans le pied ;) )

La concurrence (ou le marché libre) incite les entreprises à se différencier, certaines par la réduction des coûts, c'est vrai, mais il y a bien d'autres moyens de se différencier, comme, par exemple pour le secteur de la presse, de se spécialiser sur un secteur, de produire des analyses poussées, de faire de la dataviz, de faire participer les lecteurs, de faire écrire des experts et j'en passe.

Merci donc de ne pas salir le mot libéralisme, en l'utilisant de manière erronée.

Et puis de toutes façons, le seul journal en ligne libéral de qualité c'est <http://www.contrepoints.org/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### ROBKINS

le 8 mars 2011 - 22:01 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Sur un marché de libre concurrence, les entreprises se "distinguent", comme tu dis, AUSI par la diminution des coûts de production, le gain effectué pouvant être réinvesti.

Merci pour ton cours d'éco-gestion tout de même. Tu as bien appris ta leçon, mais tu l'as mal rebranchée.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### SANDY

le 8 mars 2011 - 22:42 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Very interesting, confrère. Me demande quand même si le nouvel algorithme de Google (Bing a promis de faire la même chose) ne va pas enrayer ces belles machines à copier à peu de frais...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### MARCHANGE

le 8 mars 2011 - 23:34 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@Robkins :

Relisons ce que j'ai écrit :

"La concurrence (ou le marché libre) incite les entreprises à se différencier, certaines par

la réduction des coûts, c'est vrai, mais il y a bien d'autres moyens de se différencier,"  
Tu as appris à lire, mais pas vraiment en fait.

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

### WILNOCK

le 9 mars 2011 - 4:31 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



En regardant le graphique qui accompagne l'article, c'est impressionnant de constater comme la presse 'en ligne' Française (Francophone) est plutôt déserte: 5 pure players qui se battent en duels (pas vraiment en faite), mais surtout 2 zones complètement abandonnées aux blogueurs...

@MARCHANGE & @Robkins

En France, on a tous appris que la "révolution verte", ça a été de nourrir 4x plus de monde avec 4x plus de surface cultivable 4x plus de pesticide, 4x plus de mécanisation

...

J'ai eu tendance à voir le "marché libre" comme une montée en régime de production, et diminutions des coûts d'exploitation

Mais le marché libre intègre également la composante: Innovation, Marché de Niche, Spécialisation, Ultra-Local...

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

### JULIEN

le 9 mars 2011 - 10:00 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"Et si j'étais de mauvaise foi, je rajouterais qu'être de droite, c'est aussi un moyen d'être plus pub-friendly que Rue89."

Les publicitaires se soucient-ils tant que ça de la ligne éditoriale du média dont ils achètent les emplacements de pub?

Ce qui leur importe avant tout, c'est de toucher un large public. Certains préfèrent même lancer des campagnes auprès de lectorats qui leur sont plus ou moins hostiles pour tenter de renverser la vapeur.

Exemple : le bandeau Areva sur Rue89, les pubs pour les 4x4 dans Courrier International, le communiqué de l'industrie de la viande dans Le Monde...

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

### JF LE SCOUR

le 9 mars 2011 - 10:22 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



"tout ça, pour ça" !

chercher à faire de l'argent

... vite

où est le problème ?

même "http://www.owni.fr"

cherche à fait de l'argent

euh de l'audience

de l'audience, pourquoi ?

il aurait la bonne audience

et la mauvaise

la grosse audience

la petite

l'audience de droite

de gauche...

dites-moi, monsieur le pigiste du milieu

et étudiant, je crois dans une très haute école en ...

(revisitez vos fondamentaux, nous avons eu en France des spécialistes des médias que

le monde entier nous envie... toujours !)

vous faites quoi quand vous "olez"

trop fort

sur votre "twitterie"

( cf : "ceci est une twitterie" <http://ready.thecroute.com/2011/02/11/par-la-barbe-dolivennes/> )

vous chercher quoi ?

ah oui

avant l'audience

il y a les "leader d'opinion(s)"

et depuis le web

dans le langage "lol" je crois que l'on dit : "blogueur influent", n'est-ce pas ?

ça y est, on a fait le tour ?

dites-moi

j'oublie peut-être quelque chose

c'est ça la presse

des leaders d'opinion(s) qui font de l'audience ?

que faut-il ?

vouloir dire

ou dire

vouloir faire

ou faire

un article qui taille un service trois pièces à un marchand de roulement à billes  
ou qui fait réfléchir 3 "éliteux" en passe de prendre une décision

je crois que depuis ma campagne ensoleillée

en cette matinée de début de printemps

je vais aller écouter les oiseaux...

en buvant un café !

aller\* quelle époque

jf le scour

\*je sais, je sais, je revendique

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### JEAN-CHRISTOPHE BOULANGER

le 9 mars 2011 - 10:33 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Financement par la publicité = contenu racoleur -> toujours cette même thèse...  
avec laquelle je suis complètement en désaccord. Plusieurs titres de presse en ligne le  
montrent (dont, j'espère, celui que je dirige, EurActiv.fr).

@Wilnock Le fait que le graphique soit désert ne veut pas dire que la presse en ligne  
manque d'acteurs, mais plutôt que l'auteur du graphique n'est pas allé chercher très  
loin... Un coup d'œil sur <http://www.spil.org> par exemple lui donnera plus d'idées.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### R GRANDMORIN

le 9 mars 2011 - 15:59 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Atlantico devrait tout de même faire attention de pas trop faire dans le racollage.  
LePost.fr nous montre que la quantité (l'audience) ne suffit pas pour l'annonceur. Il faut  
aussi avoir une image "propre" voire "élitiste" pour que la marque du media ne deteigne  
pas sur la marque de l'annonceur.

[ex: a part les marques prolo (Lidle ou norauto), aucune marque ne peut se permettre de  
poser entre les joyeux photomontages et articles non vérifiés du Post ]

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### BERGAME

le 9 mars 2011 - 21:54 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

Il y a des inexactitudes dans l'article. L'exclu Atlantico sur l'opération de Jeudi Noir, qui  
s'est révélée être "aussi" une association couvrant des opérations de manipulation  
politique au bénéfice des partis de gauche, est une vraie exclu et a été reprise par

*Marianne et je l'ai entendue sur France Info, ce qui n'est tout de même pas tout à fait rien. Il y a peut-être eu d'autres reprises que vous n'avez pas scannées.*

*Je suis en désaccord sur la qualité des articles. Je trouve que la tenue générale supporte tout à fait la comparaison avec les autres media en ligne*

*Je regrette effectivement que l'article cale ex-ante une grille de lecture sur ce nouveau media en soulignant fortement son orientation politique. Pour ma part, je fais partie du grand marais des indécis. J'ai voté plus souvent à gauche qu'à droite toutefois. Et je me félicite de l'arrivée de ce nouveau media pour une raison : Les Colombani et Plenel sont au Journalisme ce que Hollande et Juppé sont à la politique française... On aimerait bien qu'ils laissent la place aux nouvelles générations ! Et Atlantico est enfin un media qui n'est pas noyauté par des journalistes de l'écrit qui vont sur l'Internet faute de mieux (après avoir subi en général une placardisation au sein de la presse papier).*

Très cordialement

Yannick BERGAME

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### GILLES BRUNO

le 10 mars 2011 - 10:42 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



hello Vincent :-)

*Puisque tu écris "Pour sa rubrique «pépites», Atlantico s'est directement inspiré du Daily Beast, un des exemples les plus connus de journalisme de liens. Comparatif entre le Daily Beast à gauche et Atlantico à droite."*

*Je voulais ajouter un petit truc.*

*Ceux qui se sont le plus inspirés, que ce soit au niveau du principe, mais aussi du graphisme, de la boîte à liens de The Daily Beast, c'est Slate.fr à ses débuts.*

*Daily Beast à gauche et Slate.fr à droite: <http://cl.ly/57aq>*

*alors? qui s'est inspiré de qui? :-)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### ALEX

le 10 mars 2011 - 13:48 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*A noter l'existence de Contrepoints, un autre site d'information libéral et libertarien en ligne, à la fois agrégateur et producteur d'information nouvelle, géré par une association et animé par des bénévoles.*

*<http://www.contrepoints.org/>*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE