

# OWNI : HORLOGER DE L'INFORMATION

LE 25 SEPTEMBRE 2010 NICOLAS VOISIN

**Avez-vous déjà acheté "de l'heure" ? Et pourtant l'économie de l'horlogerie a toujours su en tirer profit. Cette allégorie qui nous est chère est prétexte à un bilan d'étape : voici une photo, ou radio, de la Soucoupe /-)**

*Depuis le début de cette année, nous avons exploré, puis rédigé, amendé, enrichi, modifié encore, plusieurs "livres blancs" sur l'économie et l'écosystème d'OWNI, média novateur porté par l'éditeur de médias sociaux et agence de technologies de l'information 22mars, que nous avons fondé voilà plus de deux ans.*

**Qu'est ce qu'un éditeur ?** "Celui qui prend soin" précise le Dictionnaire de L'Académie française de 1762 – et de préciser "du travail d'autrui" (**cf nos éditos**).

**L'ère de l'abondance, l'économie de l'attention puis celle de la recommandation et du partage** ont fortement bousculé les hiérarchies (de l'information, du management, des flux de circulation) et laissé médias et économistes des médias face aux murs de la gratuité, de la dissémination des annonceurs et de la volatilité des modèles passés.

**La valeur ajoutée dans le domaine l'information**, comme dans celui de la musique ou de nombre d'autres secteurs connexes se déplace vers les interfaces qui permettent d'enrichir le contenu et son usage : c'est à dire vers le contenant et la stratégie de diffusion et d'accès aux données (chiffres, articles, vidéos, sons, etc).



***Vous avez acheté une montre ? Cet achat ne s'est pas fait au prix de l'heure mais à la valeur que vous donnez librement à son contenant, à "l'objet montre". et pour cause, l'heure est abondante, standardisée, "gratuite". Nous sommes concepteurs, designers, fabricants et distributeurs de "montres". Horlogers de l'information. L'application et l'interface à valeur ajoutée peuvent apporter à l'économie des médias ce que l'horlogerie a su créer de richesse en donnant un accès privilégié à l'heure, une information chaque jour plus abondante et nécessaire.***



**De "l'objet information" à la Datavisualisation d'information** (la mise en scène des contenus et des données), de la constitution de base de données qualifiées et dynamiques (fans, abonnés, données macro-économiques, contenus "rich media" et "multimédia") à la recherche de cohérence et d'évènementialisation des démarches de communication, d'information et de restitutions d'analyses en ligne, en passant par "l'objet musique", la réponse économique commune nécessite la mise en oeuvre transversale de compétences multidisciplinaires (jusqu'à 15 corps de métiers différents, du design au développement en passant par la stratégie éditoriale et marketing à la production et à l'animation des contenus eux-mêmes) et des réponses "agiles", "ad hoc" : c'est le coeur de nos compétences.



**Re-créer de la “rareté” et de la valeur économique tout comme donner du sens** et une efficacité véritable à un message, c’est aller vers la profondeur et sublimer contenu et contexte, c’est investir réellement dans l’humain au-delà de la stratégie, et c’est enfin construire des outils ouverts et durables, qui constituent un écosystème de réponses aussi variées que pertinentes à la sortie de crise du secteur de l’information.

**A ce titre, notre métier premier est l’édition de médias sociaux** : conseil, formation, conception, développement et commercialisation de sites, d’interfaces et d’applications, tous en logiciel libre. Une part essentielle du chiffre d’affaire de 22mars provient de cette activité. Nos équipes sont spécialistes de la solution **WordPress** (première plate forme et CMS de publication sur Internet dans le monde).

**Ce métier en a induit un second : l’édition de presse en ligne et le développement du média OWNI.** OWNI – ses équipes et les près de 700 auteurs maintenant - couvre l’information numérique, culturelle et politique et touche 150 000 “êtres humains différents” chaque mois. OWNI est un média gratuit et sans publicité : notre chiffre d’affaire est hors de notre média. Avant. Et après. Il sera sans doute aussi demain issu de bois d’arbre, d’applications et de broadcast. Mais chaque chose en son temps.

**Ce sont ces expériences qui nous ont conduit à notre troisième métier, le datajournalism,** qui génère une chiffre d’affaires croissant grâce aux prestations de visualisation de données, interfaces, applications et solutions de mise en valeur de contenus que nous réalisons pour de grands médias, des institutions et associations, notamment.



***Nos résultats ? 22mars a réalisé 234 000 € de CA en 2009 (et était déjà profitable), vise 600.000 € pour 2010 avec un objectif en 2011 de plus d’un million d’Euro.***



**Pour porter notre développement, consolider nos moyens et investir davantage en R&D,** Nous avons donc ouvert le 9 août dernier la période de souscription qui lance notre démarche de levée de fonds. Nous cherchons à réaliser une augmentation de capital de 600 000€ pour 20% des parts de notre société.

**A ce jour, nous sommes 11 associés, parmi la vingtaine de salariés, tous co-fondateurs et ressources opérationnelles stratégiques.** Nous avons vocation à rester durablement majoritaires, afin de maîtriser notre destin, la ligne de notre média et les arbitrages qui prévaudront à notre évolution.



**S'il est rare de jouer à ce point la transparence dans de telles démarches**, ceux qui nous suivent assidûment savent que c'est un exercice auquel nous nous livrons constamment. Votre confiance est aussi à ce prix. A ce titre, et avec quelque jours d'avance sur **l'échéance mensuelle** à laquelle nous souhaitons partager ce bilan à mi chemin, une information supplémentaire peut et doit être ici révélée.

**Parmi les potentiels investisseurs** avec lesquels nous sommes en pourparler figure un homme dont **le portrait, signé Emmanuel Paquette et publié dans l'Express ce jour**, précise qu'il a réalisé un investissement au sein d'OWNI. Cet homme vous le connaissez, il s'agit de Xavier Niel, fondateur de Free et nouvel actionnaire du Monde.

**Rien n'est fait ; rien n'est jamais acquis**, et nous sommes donc à 45 jours de l'échéance à laquelle nous souhaitons avoir bouclé cette levée de fonds, avec lui et avec d'autres. En artisan entêté et en entreprise patiemment gérée, nous ne sommes pressés par aucun agenda. Et celui qui s'annonce nous excite tout particulièrement. OWNI se déploie à l'international et s'apprête à ouvrir de nouveaux médias. En open-source et en Creative Commons, sans péage et sans annonceur, toujours.

“

***Nous comptons bien démontrer qu'un groupe de média européen né d'une vision partagée qui a permis de réunir des talents issus du web, non seulement peut être viable – c'est notre cas – mais n'a également aucune raison de ne pas considérer que son modèle originale est une réponse, parmi d'autres (cf. l'article de lancement de la V2 ) à la recherche de sens et d'intérêt public tout autant qu'à celle de valeur ajoutée, économique et sociale.***

”

OWNI marche sur deux jambes. Et vous êtes de plus en plus nombreux à marcher à nos côtés.

L'information, on vous le confirme, est **un engagement**.

> Retrouvez ici la **charte éditoriale**, nos **mentions légales** et la **liste des auteurs**.

–



Crédits photos CC : **BrandonCwarren / AC Theart / Roberto Ferrari**

**KH**

le 25 septembre 2010 - 22:50 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Banco ! (j'arrive) shadow militante... fan d'owni(s)

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0



LUI RÉPONDRE

**FWEDC**

le 26 septembre 2010 - 10:18 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Il n'y a pas de hasard dans la vie, quand les amitiés IRL et URL sont fondées sur des valeurs humanistes, de partage de compétences dans un but commun, elles se développent, font tache d'huile, irradiant ... A toi mon AMI Nico !*

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

## 6 pings

Veille technologique du 23 septembre au 28 septembre le 28 septembre 2010 - 1:04

*[...] OWNI : Horloger de l'information, par @nicolasvoisin – Avez-vous déjà acheter "de l'heure" ? Et pourtant l'économie de l'horlogerie a toujours su en tirer profit. Cette allégorie qui nous est chère est prétexte à un bilan d'étape : voici une photo, ou radio, de la Soucoupe /-) [...]*

De quoi OWNI est-il le laboratoire? » Article » OWNI, Digital Journalism le 3 décembre 2010 - 1:04

*[...] OWNI : Horloger de l'information [...]*

Le passage d'une économie de la rareté à celle de l'abondance... – Le blog de MonArtiste le 27 janvier 2011 - 19:05

*[...] en posant cette question : « avez-vous déjà acheté de l'heure ». S'appuyant sur la métaphore de l'horloger, il démontre de façon très convaincante en quoi ce qui devient important et ce pourquoi [...]*

Compte rendu de la journée « Culture-médias & numérique : nouvelles questions de concurrence(s) » « Fragmentation des médias le 14 février 2011 - 23:07

*[...] infomédiaires, ce sont des sites comme OWNI, mais c'est surtout Google News et les portails des fournisseurs d'accès à Internet. Le [...]*

Le Mix « profit / no profit » un modèle qui fait ses preuves. | Le blog de MonArtiste Le Mix « profit / no profit » un modèle qui fait ses preuves. | analyse les nouvelles pistes de financement le 3 novembre 2011 - 15:50

*[...] de Nicolas Voisin à travers OWNI et son nouveau modèle économique. ( source : OWNI, horloger de l'information ) est claire : » Nous comptons bien démontrer qu'un groupe de média européen né [...]*

œuvre triple le 4 janvier 2012 - 18:47

*[...] OWNI / objet web non identifié (avez-vous déjà 'acheté de l'heure' ?) prêt à jeter / sur Arte.tv par Cosima Danneritzer (disponible sur youtube) SPIP / système [...]*