

## **Annexe 2 - Entretien téléphonique avec Camille Cohignac**

### **Média Tortuga Webzine**

**Septembre 2015**

**Ludovic Chataing** : Je te redis un peu ma démarche, je suis étudiant en master Journalisme et Médias Numérique à Metz dans ma dernière année. Et dans ce cadre-là je fais un mémoire sur les modèles économiques des *pure players*. Et donc j'ai pensé à Tortuga parce que tu m'avais aussi déjà contacté par Facebook donc c'était plus simple de rentrer en contact et puis aussi parce que c'est un nouveau média qui s'est lancé récemment. Donc l'entretien ça va être six grosses questions avec quelques petites relances éventuelles. Donc ce que je te propose pour commencer c'est est-ce que tu peux te présenter et présenter ton média avec les dates clés du média ?

**Camille Cohignac** : Oui. Je suis encore étudiante. Mais en reprise d'études, je me suis arrêté pendant un an. J'ai pas eu un parcours de formation journaliste. J'ai une licence de droit et de sciences politiques. Je me suis arrêtée pendant un an, j'étais dans l'associatif, j'étais vice-présidente du génépi, c'est une asso qui fait du décroisement carcéral. Moi j'étais chargé de l'information et de la sensibilisation du public sur les questions carcérales. J'ai fais ça pendant un an. ça faisait longtemps que j'avais l'idée de monter mon propre média, et du coup ça a été un an où j'ai pu réfléchir justement à la suite de mes études. Savoir où est-ce que j'allais aller. J'ai réfléchi entre les écoles de journalisme et les écoles dans le numérique. Et finalement j'ai fais le choix du numérique, parce que pour créer son média en ligne, je pense que c'était plus intéressant pour moi d'aller dans ce milieu là. Et j'ai bien fait. Là aujourd'hui, je suis en master web-éditorial, j'apprends la culture numérique.

**L. Chataing** : Alors c'est où ce master ?

**C. Cohignac** : À Poitiers. Là je rentre en 2ème année. Je termine mon master en mars.

**L. Chataing** : D'accord. Et par rapport au média Tortuga, y'a déjà plusieurs étapes dans le lancement du site, est-ce que tu peux m'en parler de manière un peu plus structuré ?

**C. Cohignac** : Oui bien sur. Alors là le projet Tortuga s'est vraiment lancé en septembre dernier, il y a un an maintenant, où on a commencé à mettre sur papier le projet, ce qu'on voulait faire de cette chose-là. J'ai commencé toute seule et j'ai recruté, racolé un associé. On s'est mis à deux avec Emeric Boutin. L'idée c'était de se lancer tranquillement. De septembre à décembre, on a déterminé un peu ce qu'on voulait faire de ce site là, à quoi on voulait qu'il ressemble et tout ça. Moi j'ai la chance de savoir coder, donc je développe, et du coup j'ai pu développer le site moi-même. ça a été une économie énorme sur le projet. Ensuite on a lancé la campagne de financement participatif, en avril et qui a bien fonctionné, on était content. Et ça ça nous a permis de commencer l'activité en mai sur une version bêta-test, en juin du coup on a commencé la version bêta-test où du coup les participants de Ulule ont pu lire les articles, accéder aux dossiers gratuitement. Là on a lancé les abonnements, il y a deux semaines. Donc là on est lancé pour de vrai.

**L. Chataing** : D'accord et donc lors de la création du média comment vous avez abordé l'aspect économique, comment vous l'avez pensé et finalement choisit finalement peut-être par rapport à votre projet éditorial ?

**C. Cohignac** : La question du financement ça a été un peu compliqué. Nous on ne voulait pas de publicité, ça c'était évident. On sait que par exemple si dans quelques années, ou même si dans un an on arrive plus à survivre sans la publicité, on préférera arrêter plutôt que d'avoir un fonctionnement pub.

**L. Chataing** : Pourquoi ?

**C. Cohignac** : C'est une démarche qui est plus militante qu'autre chose. L'idée c'est vraiment de dire, le web, les gens devraient comprendre qu'il y a des gens qui travaillent derrière. Et que la publicité ça enrichit pas les gens qui travaillent mais les gens qui fournissent la publicité. Il y a toute cette démarche de dire, de 1 de garder son indépendance évidemment, et de 2 de nettoyer un peu le web de la pub et de pouvoir avoir un espace en ligne où y a pas de publicité. Où on n'est pas soumis à des stimuli publicitaires. Et du coup ça sur les premiers retours c'est important. Les premiers retours qu'on a eu de la version bêta-test. Il y a énormément de gens qui disaient sans même qu'on leur pose la question, c'est bizarre on

dirait qu'il manque quelque chose en fait. Et on a eu énormément de retour "le site est propre", il y a pas de publicité, ça se voit, ça se sent. Alors que nous c'était pas du tout une question qu'on posait parce que pour nous c'était évident. Ça montrait aussi que c'était assez important et que finalement ça faisait une différence, dans la lecture notamment.

**L. Chataing** : D'accord. Donc pas de pub et vous avez pensé aux abonnements ?

**C. Cohignac** : On a vu qu'il y avait plusieurs possibilités, la première c'était l'abonnement. On l'a vu avec Lequatreheures et d'autres médias comme ça que c'était quelque chose qui était à nouveau envisageable en tout cas et surtout avec la prise de conscience du trop plein de publicité, de la résistance qui peut se faire parfois face à Google entre autre. De dire, c'est pas normal, le gratuit c'est peut-être pas le seul modèle possible. Après ça reste tout à fait limité. C'était notre première possibilité en se disant on va parier sur le fait qu'il y ait un regain de conscience à ce niveau là. Et on le voit parce que notamment le financement participatif ça fonctionne, c'est que les gens ont compris que voilà il fallait aussi déboursier pour avoir des choses. Disons c'était un modèle économique qui pouvait se tenir si ça continuait comme ça. Et la deuxième solution celle vers laquelle on se penche de plus en plus, c'est de diversifier son activité. Notamment en revendant des articles à d'autres médias. Ça impliquerait la création d'une agence de contenus, en parallèle de Tortuga qui viendrait alimenter, et notre salaire à nous, et Tortuga en lui-même, la production des articles, le paiement des pigistes, etc.

**L. Chataing** : D'accord. Et justement sur cette mise en place du modèle économique avec toutes les options que tu as dis, quelles difficultés vous avez rencontrées ? Si vous en avez eu comment vous avez pu les appréhender, les contourner ?

**C. Cohignac** : Disons que la chose la plus dure à faire, c'est d'évaluer le nombre d'abonnés qu'on pourrait avoir. Et surtout de se dire à partir de combien d'abonnés on va pouvoir vivre en fait, et ça c'est la plus grosse difficulté qu'on a eu, d'évaluer. De sur-évaluer. Je pense qu'au début on a surévalué le nombre d'abonnés qu'on pouvait avoir. Là on s'est un peu remis en question depuis.

**L. Chataing** : Donc par exemple vous avez évalué à combien ?

**C. Cohignac** : Nous on était parti sur 50 abonnés par mois, sur les premiers mois. C'était complètement surréaliste, parce qu'il faut le temps de se faire connaître, faut le temps de faire passer la pilule de payer l'information. Et tout ça du coup, au début le lancement était un peu difficile. On est redescendu sur 30, qui est beaucoup plus réaliste qu'on est en phase d'atteindre en tout cas sur le premier mois. Pour l'instant ça va. Et après de se dire, qu'est-ce qui se passe ? Si ça va se stabiliser. Nous la difficulté c'est de pas pouvoir prévoir sur le long terme ce qu'il va se passer. C'est pas comme vendre du pain, on sait qu'on va avoir tous les jours 100 clients au moins. Là non, on sait pas, si ça se trouve il y a un mois on va rien vendre comme abonnement et d'autres mois plus. Donc c'est le plus dur pour nous. D'où l'idée de développer des ressources stables à côté.

**L. Chataing** : D'accord. Et ces ressources stables sont par exemple la création d'un agence de contenu, c'est quelque chose de difficile aussi ou ça roule ?

**C. Cohignac** : Pour l'instant c'est pas commencé du tout. On a pas jugé nécessaire pour l'instant, moi je préfère attendre de finir mes études, pour l'instant on ne sait pas du tout comment ça va se dérouler. Après je pense que ça sera vraiment une agence de contenus web où là on bossera plus pour des mairies, des universités. Alimenter les sites internet, ce genre de chose.

**L. Chataing** : D'accord. Alors autre question, par rapport à vos capacités matérielles et humaines ; de quoi disposez-vous au sein de la rédaction pour réaliser les contenus ? Quel matériel et combien de personnes ?

**C. Cohignac** : Maintenant on est 3 en fait, on a recruté un nouvel associé il y a quelques temps. On est 3 associés et là on a recruté 3 pigistes la semaine dernière. On attend les premiers articles et on verra comment ça se passe. On a pas de local encore parce qu'on est tous les trois pas dans la même ville. On attend de se retrouver au même endroit pour prendre un local. Pour l'instant, on en a pas besoin, mais c'est envisagé. C'est très sérieusement envisagé pour septembre prochain par exemple, dans un an. Morgane et moi on est sur Poitiers et Emeric est à Nantes.

**L. Chataing** : Et donc au niveau matériel est-ce que vous avez des caméras, des appareils photos ? Est-ce que vous prenez vos affaires personnels ?

**C. Cohignac** : On est tous les trois équipés avant de monter la société, nos ordinateurs persos, tablettes, liseuses et autres appareils numériques. Moi je dispose d'un réflex et Emeric aussi. A ce niveau là, on est relativement bien équipés. Et après on demandera sur l'utilisation de matériel particulier, on les louera par exemple sur des points très précis. Sachant qu'après on achète nos contenus aux pigistes, et de toute façon on achète le contenu tout prêt.

**L. Chataing** : OK. Alors autre question par rapport au contexte, que penses-tu, que pensez-vous des sites *pure players* qui ferment quelques années après leur lancement ? Et comment toi et ton équipe vous voyez dans l'avenir, par rapport à ces fermetures de sites, dans l'écosystème médiatique qui est un peu difficile on va dire pour les *pure players* ? Comment vous envisagez l'avenir ? Difficile, facile ?

**C. Cohignac** : Nous on se dit qu'il y a de grandes chances que ça ne fonctionne pas. On garde à l'esprit que ça peut nous tomber dessus du jour au lendemain. Parce qu'on connaît évidemment le contexte, qu'on connaît les habitudes de consommation des gens. C'est évidemment plus facile de consommer gratuit. Moi la première. On sait qu'on risque de mettre la clé sous la porte. Après derrière quand on se lance dans un projet comme celui-là, on sait qu'on a aucun risque financier. C'est vraiment on se lance et puis voilà. On investit de l'argent, mais on a pas de prêt, on a pas de fournisseur, on a pas de charges particulières donc on va pas se retrouver avec des créanciers sur le dos si jamais on se casse la gueule. Ça déjà c'est rassurant. Donc on y va plutôt serein, il faut dire. Après on est quand même dans des filières, où on sait qu'on pourra retrouver du travail derrière si jamais. Pour Tortuga on y va, on y va serein. Et c'est peut-être ça qui fera aussi que ça peut marcher. De pas avoir peur d'investir par exemple, et après pour nous derrière si on se casse la gueule tant pis c'est pas grave, on fera autre chose. On a aucun risque. On prend aucun risque. Ni sur nous même, ni sur nos proches.

**L. Chataing** : Oui, il y a quand même quelques coûts ? Comme l'hébergement du site...

**C. Cohignac** : Ouais, en fait on a investi des fonds propres qu'on a économisé depuis... Enfin moi j'avais économisé depuis des années pour ça. Emeric avait des sous de côté aussi. Du coup tout ce qu'on investit c'est de l'argent qui nous est propre. Oui on perd, c'est sûr. On a un capital de 10 500 euros parce qu'on est que trois. Emeric et moi, on a apporté 5 000 euros chacun, et Morgane a amené 500 euros. Et à côté de ça, y'a par exemple je crois L'imprévu qui a 20 000 de capital. Du coup c'est pareil, ils ont pas de risque. Je pense que dans les nouveaux médias, peut-être à part Les jours, on risque pas grand chose en fait en se viandant. C'est pas non plus des gros risques futurs.

**L. Chataing** : D'accord. Et dernière question. Est-ce que vous faites des demandes d'aide de subvention à des organismes publics ? Par exemple ces derniers temps on a pu voir l'appel à projet de Fleur Pellerin, les fonds Google qui existent depuis deux ans, est-ce vous pensez que les aides peuvent être systématisés pour les *pure players* comme ça a été le cas pour les médias papier traditionnels ?

**C. Cohignac** : Le truc c'est que tant qu'on a pas le CPPAP, on ne peut pas bénéficier des aides étatiques en tout cas. Et ça c'est problématique parce que pour l'obtenir, la commission est un peu vieillotte, et du coup les médias numériques qui proposent des nouvelles lignes éditoriales, des nouveaux fonctionnements, des nouveaux formats, c'est plus compliqué pour eux de les obtenir. D'obtenir en tout cas ce label. Il y a notamment le Spiil qui se bat pour ça. Nous on est syndiqué au Spiil, comme les autres nouveaux médias, et l'idée c'est de dire, le numérique ça permet d'innover. On nous demande d'innover, mais derrière faut nous pousser un peu. Nous c'est des demandes qu'on fera et évidemment qu'on sera content d'avoir. Si on se prive de fonds privés, faut trouver les fonds autres part. En tout cas les fonds publics on espère pouvoir en bénéficier.

**L. Chataing** : D'accord. Et ça serait quelque chose de ponctuel ou de régulier dans votre modèle économique, est-ce que vous comptez dessus plus tard ? Avec quelque chose de régulier qui peuvent être des subvention de la région, des choses comme ça.

**C. Cohignac** : On sera plus sur du ponctuel, sur du projet par exemple. Par contre ce qui va vraiment nous permettre de sortir la tête du trou c'est tout ce qui va être le crédit d'impôt,

réductions des cotisations sociales, ce genre de choses. Par exemple, nous sur l'emploi des pigistes, c'est juste pas possible. Soit on sous-payé nos pigistes, ce qui est pas du tout envisageable, soit on bénéficie d'aides et que les charges sociales nous coûte un peu moins cher. Pour nous c'est le plus important. On n'a pas nécessairement besoin de grosses subventions, pas pour l'instant en tout cas. Là on est vraiment au tout début, je peux pas dire si dans le futur si on en usera et ré-usera. En tout cas c'est pas au projet. L'important c'est de bénéficier des réductions de charges sociales sur l'emploi des pigistes.

**L. Chataing** : [Mots de fin, remerciements].