

Annexe 3 - Entretien téléphonique avec Maxime Lelong

Média 8ème Étage

Septembre 2015

Ludovic Chataing : [...] je te rappelle juste un peu ma démarche, moi je suis étudiant en master 2 Journalisme et Médias Numériques à Metz et je fais dans ce cadre-là un mémoire sur le modèle économique des *pure players*. L'entretien réalisé sera retranscrit dans les annexes et ça va m'aider pour faire une partie de mémoire. Il y a six questions principales et quelques petites relances. Donc ce que je te propose pour commencer c'est de te présenter toi et de présenter ton média rapidement avec les dates clés de 8ème étage.

Maxime Lelong : Ok. Alors je m'appelle Maxime Lelong, j'ai 24 ans. J'ai fait une école de journalisme qui s'appelle l'ISCTA à Lyon. C'est une école post-bac. J'ai fait une école post-bac parce que j'aimais pas l'école et je me voyais pas faire autre chose avant de faire du journalisme, puisque je voulais faire du journalisme depuis très très longtemps. J'ai été diplômé en 2013 [coupure de téléphone, reprise]. Oui donc j'ai été diplômé en 201 et j'ai terminé mes études par un stage de 6 mois chez Vice Magazine, la version française de Vice et par un stage d'un mois à M le magazine du monde. Et à l'issue de ces stages j'avais le choix entre soit trouver du travail, enfin chercher du travail surtout, soit pas grand chose d'autre à la base mais j'ai décidé... en gros... j'ai trouvé quelque chose de très intéressant dans la ligne éditoriale de Vice où j'avais travaillé mais j'aimais pas forcément toujours la manière dont c'était traité. Et M le magazine du monde ça a toujours été plus ou moins mon exemple en terme de presse depuis que je suis rentré en école de journalisme. Puisque en fait, Le Monde magazine est devenu M le magazine du monde à peu près en même temps que moi je suis rentré en école de journalisme. J'ai toujours voulu travaillé dans cette rédaction et donc je me suis battu pour avoir un stage là bas. En y sortant, je me suis dit les deux stages étaient hypers intéressants mais pour moi il y a moyen de faire un média exactement entre les deux. Un juste milieu entre Vice et Le Monde. C'est un peu comme ça qu'est né l'idée de 8ème étage. On est parti avec deux potes de promos sur la rédaction d'une ligne éditoriale. On se disait, il y a quelque chose aussi. On avait pleins d'idées assez radicales sur l'infobésité. Sur le fait qu'on lit plus ou moins la même chose, tout le temps, sur

les marronniers, sur la hiérarchie de l'information et sur le fait que de toute façon les sujets d'actualité... Donc voilà, donc en gros si on a 20 minutes pour s'informer chaque jour, ça sert à rien d'aller sur quatre quotidiens différents parce que de toute façon les quatre quotidiens, si on a que 20 minutes les quatre quotidiens auront mis en gros titre la même chose. Nous on s'est dit, de toute façon on peut pas concurrencer les grands médias, on peut pas concurrencer Le Monde, tout ça. Par exemple aujourd'hui, on peut parler des migrants, comment tu veux qu'un média comme nous puisse concurrencer Le Monde, ou Libé ou même l'AFP qui a des reporters aux quatre coins du monde partout et logiquement les "meilleurs journalistes" entre guillemets de France ? On s'est dit ça sert à rien. On va pas aller se casser les dents là-dessus. Notre force ça va être notre ligne éditoriale et l'information qu'on traite. Tout ce qui fait parti de l'actualité, tout ce qui est traité par les médias traditionnels et les grands médias, on leur laisse parce qu'ils font ça très bien. Et nous on va être un média complémentaire c'est-à-dire presque un média d'enrichissement culturel dans le sens où notre information n'est pas indispensable. Les articles qu'on publie sont pas indispensables pour être bien informé mais par contre ils permettent de connaître d'autres choses qu'on peut, qu'on lit pas dans les médias traditionnels. Soit parce que les médias traditionnels n'en parlent pas, soit parce qu'ils en parlent mais ces contenus là sont noyés par l'actualité qui prends déjà énormément de place. Notre but il n'est pas uniquement de traiter de sujets dont forcément les autres médias parlent pas, mais dont les médias parlent peu ou en tout cas ne mettent pas en avant. Des fois nous il y a des sujets qu'on traite, on se dit; ok tel média en a parlé, mais pour nous ils n'ont pas laissé la place qu'il méritait d'avoir. Donc voilà, on a lancé 8ème étage. On s'est mis sur la ligne éditoriale en octobre 2013 quelque chose comme ça. Et en mars 2014, le 3 mars 2014 on a lancé le site. Pendant 18 mois on a tous travaillé bénévolement. En cours de route, les deux autres fondateurs sont partis vers d'autres horizons. Y en a un qui est parti faire de la com' et l'autre qui est journaliste dans le nord de la France.

L. Chataing : C'est comment leurs noms ?

M. Lelong : Guillaume Bernillon qui est allé à Metz, il bosse chez NRJ, il fait la matinale. Et l'autre c'est Alexandre Bassette.

L. Chataing : D'accord et donc les deux fondateurs sont partis...

M. Lelong : Exactement. Donc je suis le dernier fondateur en vie, enfin presque.

L. Chataing : Et après il y a eu d'autres étapes importantes pour le média ?

M. Lelong : Oui, après... Ça fait 18 mois que notre but c'est vraiment de se faire une réputation. C'est surtout et ça c'est le principal pour nous c'est d'établir un vrai lien de confiance avec notre lectorat et donc de se faire un lectorat solide qui nous soutient. Il y en a plein qui nous ont rejoint. Maintenant on est 16 dans l'équipe. La majorité, enfin une douzaine de journaliste, un dessinateur de presse... une illustratrice, un graphiste, un photographe, une chargée de RP, une chargée d'événementielle. Toute une petite team comme ça. Notre but ça a vraiment été de nous faire connaître, de faire les choses bien. Là le 15 septembre, c'est à dire hier, on a lancé une campagne de financement participatif sur Ulule pour devenir un média 100% financé par ses lecteurs, sans publicités ni actionnaires.

L. Chataing : D'accord. Je vais dérouler les questions parce que tu as déjà répondu à une partie d'entre elles.

M. Lelong : Je fais très souvent ça, je suis désolé.

L. Chataing : Y'a pas de souci ! Donc par rapport à la création du média, au tout début, comme l'aspect économique vous l'avez finalement abordé, pensé et choisit par rapport à votre projet éditorial ?

M. Lelong : Nous au début on s'est dit ; faut pas rêver, on fera de l'argent dans... si on s'en sort bien on fera de l'argent dans deux ou trois ans. Comme j'ai fait une école post-bac, j'avais fini mes études à 22 ans et j'ai dit à mon père "j'ai un énorme service à te demander, j'ai un grand frère et une grande sœur qui ont fait chacun un master 1 et un master 2. Je lui ai dit moi je ne fais pas de master 1, je fais pas de master 2 mais par contre j'aimerais monter ma boîte et que tu me considères comme un étudiant encore pendant deux ans. Il m'a dit ok. Et donc moi j'ai eu cette chance d'avoir un crédit de deux ans. D'avoir un sablier de deux ans pour faire en sorte que 8ème Étage fonctionne. Donc en gros on était moins pressé, enfin moi en tout cas j'étais moins pressé par l'argent. C'est aussi pour ça que les deux autres sont

partis, parce qu'ils l'étaient un peu plus, ils n'ont pas eu la chance que j'ai eu. Mais en gros, moi j'avais deux ans. Ce qui est raisonnable dans l'univers des start-up. Deux ans pour commencer à faire de l'argent c'est même un peu tôt. Du coup maintenant je fréquente beaucoup d'entrepreneurs, et y en a pleins qui me disent, habituellement les start-up c'est entre 3 et 5 ans qu'on commence à faire de l'argent si on s'en sort bien. D'autant plus que nous on peut pas être considéré comme start-up étant donné qu'on a pas ce qu'on appelle un potentiel d'innovation fort. C'est à dire que quand tu crées je ne sais pas, genre un truc solaire absolument révolutionnaire, tu sais que tu vas faire de l'argent parce que t'as créé un truc de dingue. Nous on a créé un média, de toute façon on sera jamais riche. On va juste essayer de survivre. Mais voilà, en gros le truc qu'on s'était dit, à la base on s'est dit, on a fait un peu un benchmark de ce qui se faisait, on s'est dit ; il y a plusieurs types de médias en France, y a Mediapart c'est du tout abonné sans publicité, mais pourquoi ils y arrivent ? Parce qu'ils ont un contenu inédit qui est nul par ailleurs. Ça ne sert à rien de se calquer sur eux parce qu'on arrivera jamais à faire ce qu'ils font. On s'est dit y a des sites comme Slate. C'est financé par la publicité, avec des actionnaires, etc. Et y a des sites qui vivent un peu de tout. Nous on s'était dit, on va se fermer aucune porte, on se monte en SAS, c'est à dire Société Actions Simplifiée, pour pouvoir éventuellement faire rentrer des actionnaires dans la boîte. On va mettre un peu de pub sur le site, comme ça si un jour on l'enlève ça fera plaisir aux lecteurs. En tout cas on aura jamais à faire subir aux lecteurs le fait de devoir mettre de la pub alors qu'il n'y en avait pas. Parce qu'on considère que le pire truc que tu peux faire à un internaute, c'est lui changer ses habitudes en pire. Et on s'était dit on va mettre en place des abonnements. Bon les autres ça tourne autour de quatre euros et quelques par mois, on va faire ça aussi. Mais c'était du test. Encore une fois c'était pour habituer les lecteurs sur le fait que sur 8ème Étage il pouvait y avoir de la pub et qu'il y avait des abonnements. Mais pendant 18 mois on a ouvert notre contenu à 100%. C'est à dire que y avait aucun article sur lequel on tombait sur un cadenas où on pouvait pas le lire. C'était vraiment juste pour habituer le lecteur. Et on s'était dit, c'est pas le plus important en fait. Le plus important c'est de se faire une notoriété, c'est de se faire une base de lectorat et ensuite on réfléchira au modèle éco' etc. Et je regrette pas du tout d'avoir fait comme ça aujourd'hui parce qu'on a vraiment réfléchi à notre modèle éco'. Moi cette année aussi, elle m'a permis de faire parti d'un incubateur d'entreprise, où ils m'ont filé des tuyaux, ils m'ont fait rencontrer des experts, etc. en modèle éco' on a bossé un peu là-dessus. Du coup notre modèle éco', on le met en place maintenant. Au lieu d'être un média qui a attendu un an et demi, ou deux ans avant de

publier un contenu pour dire on s'est exactement ce qu'on va faire, on sait exactement quel modèle économique on va mettre en place, donc on va commencer à publier du contenu. Nous on s'est dit, pendant cette phase de réflexion on va quand même publier du contenu, comme ça ça nous fera une base de lectorat. Ce qui fait qu'aujourd'hui, on réclame 15 000 euros sur Ulule, ce qui est peut-être cinq fois plus que ce qu'on aurait pu espérer réclamer si on avait fait notre collecte au tout début du média, parce qu'on sait que derrière on a entre 40 000 et 50 000 lecteurs par mois. Et qu'on a aussi une force de frappe, on a des gens qui nous suivent depuis longtemps. En gros, au début on savait pas trop. On y allait vraiment à tâtons, et on avait pas envie d'être prétentieux au point de se dire "on sort d'école, on y connaît rien, on va révolutionner la presse".

L. Chataing : D'accord très bien. Ma question d'après c'est sur un peu les difficultés pour la mise en place du modèle économique, donc ça c'est fait petit à petit. Et peut-être que tu pourrais me parler un peu plus du crowdfunding que vous êtes en train de mettre en place. Est-ce que c'est un peu compliqué à mettre en place ? Es-ce que vous appréhendez ce crowdfunding ?

M. Lelong : Le crowdfunding, c'est un crowdfunding. On a bossé sur les contre-parties pour avoir des contre-parties cool qui font envie aux gens. On a pu avoir des contre-parties plus cool que ce qu'on aurait pu avoir il y a un an et demi. Parce que par exemple, on a mis, on propose des tirages photos issus de nos reportages, ce qu'on aurait pas pu faire si on avait lancé le crowdfunding à une époque où on aurait rien publié. On propose aussi des originaux de dessins de presse qu'on aurait pas pu faire non plus. Sinon la mise en place du crowdfunding, il y a rien de dingue. Évidemment... dans toutes les contributions, à partir de la première à 5 euros, il y a un abonnement à 8ème Étage pour la V2 qui sera en place en janvier 2016. Puisque le but de ce crowdfunding c'est, comme on le répète de faire en sorte que 8ème Étage soit financé par ses lecteurs. Le but c'est des abonnés, des abonnements. Voilà comment ça fonctionne. C'est plus intéressant de parler de notre modèle éco' puisqu'il y a quand même des trucs qui sont un peu particulier, qui sont un peu « novateurs » entre guillemets. Je ne sais pas à toi de me le dire.

L. Chataing : Juste pour rester sur le crowdfunding, vous espérez prendre 15 000€ moins la commission, peut-être plus. Là j'ai regardé, en un jour vous avez déjà récoltés 2 700. Donc

c'est aussi peut-être grâce à la communauté que vous avez. Est-ce que vous avez un objectif de nombre d'abonné par la suite pour que le média soit stable ?

M. Lelong : Oui, tout à fait. Alors... Le fait qu'on soit à 2700 en une journée, c'est pas particulièrement grâce à nos lecteurs, parce qu'on suit une stratégie qu'on a pensé avec Ulule, à savoir qu'on va commencer à solliciter nos lecteurs qu'à partir du moment où on aura atteint 30% de la collecte. C'est-à-dire qu'aujourd'hui si tu vas sur la page Facebook de 8ème Étage, nul part pour l'instant on a dit à nos lecteurs ; et au fait on a mis en place une campagne de crowdfunding. Sur twitter on a pas fait de tweet non plus. On a retweeté quelques uns des personnes qui avaient donnés. Qui a fait des tweets, en disant ; voilà on a donné à 8ème Étage. On n'a pas rédigé de tweet avec notre compte en disant ; voilà on met en place une collecte. Évidemment sur le site, y'a un petit encart à droite pour dire qu'il y avait une collecte en cours, mais on a pas fait d'annonce non plus. Voilà parce que la stratégie elle est.... Ulule ils disent que quand une collecte atteint 30%, elle atteint son « seuil de crédibilité ». Et à partir de ce « seuil de crédibilité ». Tu peux commencer à solliciter les gens, que tu connais pas personnellement. Donc le but pour l'instant c'est d'arriver à 30% avec les gens qu'on connaît plus ou moins personnellement. En tout cas, du réseau assez proche qu'on a des gens qui nous suivent depuis longtemps, qui ont déjà confiance en nous, même si on les a jamais vu. Les 2700 on les a atteint en une journée. Oui, on espère dépasser l'objectif. Et c'est même plus que ça, c'est que si on atteint que 15 000, ça va être compliqué. On peut s'en sortir mais on aura beaucoup moins de marge de manœuvre que si on monte un peu plus. Et si on monte, imaginons à 20 000 ou un peu plus, là on pourra vraiment faire des choses hypers cools. Notamment sur le site, on pourra vraiment mettre en place une ergonomie. De toute façon le site va être revu en janvier. Le nouveau site ne sera pas financé par le crowdfunding, parce qu'on veut pas que les lecteurs payent pour une infrastructure. On veut qu'ils payent pour du journalisme, et des articles. Ça on y tient énormément. Parce qu'on estime que les lecteurs n'ont pas à donner d'argent pour faire évoluer un site.

L. Chataing : Donc cet argent va servir exclusivement à financer le contenu, les reportages ?

M. Lelong : Des reportages, exactement. Ça c'est hyper important pour nous. Du coup on espère atteindre 15 000 ou 20 000 euros, parce que si on dépasse notre but, là par contre on pourra se payer un peu de confort et éventuellement faire appel à un développeur, pour qu'il

nous aide pour le site. Parce que c'est évidemment beaucoup plus quand c'est pas ton métier.

L. Chataing : Et par rapport à un objectif peut-être de nombre d'abonnés ?

M. Lelong : Oui c'est ça. Et bien là du coup je vais t'expliquer le modèle économique vraiment, pas de A à Z parce que ça serait trop long. Mais en gros l'objectif c'est : nous on part sur des abonnements à 1€50 par mois, 10€ par an. Parce qu'on estime que l'information doit rester hyper accessible, et que de toute façon comme on ne fait pas de l'information qui est indispensable, les gens mettraient jamais 5 ou 10€ par mois. Et surtout on a pas envie que les « petites bourses » entre guillemets puissent pas donner parce qu'elles ont pas assez. Par contre quand j'ai réfléchi à ce modèle éco', je voyais beaucoup d'entrepreneur, y en a quelques uns qui m'ont dit, à mais franchement moi si vous mettez en place un abonnement à 1€50, je m'abonne avec trois adresses mails différentes. Parce que c'est vraiment rien 1€50 par mois. Et du coup, je lui ai dit ; ouais mais c'est pas non plus l'objectif. Le but c'est pas que les gens se disent c'est vraiment vraiment pas cher. C'est là qu'on où en fait on va être un peu novateur dans le domaine, c'est qu'on va mettre en place des abonnements à prix libre. A partir de 1€50 par mois et à partir de 10€ par an. C'est-à-dire que sur notre page d'abonnement, sur le site de la prochaine version, y'aura un curseur, qu'on pourra bouger pour modifier le prix qu'on veut payer par mois, ou par an. Du coup on a un prix d'abonnement moyen qu'on espère un peu plus haut que 1€50 par mois, on l'espère à 2€50 de tête ou 3€, parce qu'on sait que logiquement qu'il y en a qui vont donner plus. On sera à l'équilibre selon nos projections et selon ce qu'on a estimé qui nous coûterait une année de calibrage, on sera à l'équilibre à 5 000 abonnés. Ce qui est pas mal, ce qui est pas rien. Mais encore une fois c'est 5 000 abonnés qui payent pas cher. Du coup on a décidé de plus miser sur le volume, que de miser sur le prix.

L. Chataing : D'accord, ok. Je vais continuer sur une autre question, sur votre capacité matériel et humaine pour réaliser vos contenus. Donc tu m'as déjà un petit peu dit la liste de l'équipe, mais est-ce que tu peux me redire et plus le matériel aussi.

M. Lelong : Ouais alors pour l'instant, tu sais pendant 18 mois on a tous travaillé bénévolement. Personne n'a été payé parce que moi je refusais de payer les gens au

lance-pierre. Je leur disais quand on pourra payer les gens, on pourra bien les payer. J'ai pas envie de t'insulter en disant, ouais je t'achète ton papier 15 euros. Pour moi c'est hors de question. Je trouve que le bénévolat, c'est aussi une dynamique hyper saine dans le sens où t'apprend aussi... Si demain on me donne plein de fric et que je peux embaucher 10 CDI, je sais qui je prends. Alors qu'il y a un an, on me donnait plein de fric, embauche 10 personnes, j'avais hyper peur parce que je sais pas ces gens là je ne sais pas comment ils bossent. C'est compliqué, je vais peut-être me tromper. Donc l'équipe, on est 16. On est une douzaine de journalistes, dont très peu sont basés en France, et encore moins sont basés à Lyon parce que 8ème Étage est basé à Lyon. A Lyon, on est trois. Le rédacteur en chef adjoint Benoît Jacquelin, lui il est en Pologne. Sinon on a des journalistes un peu partout, au Maroc, en Turquie, deux, trois à Paris. On a un graphiste, une illustratrice, un dessinateur de presse, un photographe qui lui est basé à Rennes. Tous les gens qui travaillent pour 8ème Étage voyagent beaucoup aussi. C'est vraiment des globe-trotters, qui partent très souvent, et qui partent à moindre frais. C'est vraiment des gens hypers débrouillards, qui choppent les billets d'avions vraiment pas chers. On a beaucoup de reportages, qui ont été fait par des journalistes qui en fait étaient en vacances. Ils sont parti en vacances en Grèce deux semaines. Ils se sont dits, ben tiens il y a un sujet qui m'intéresse, je peux faire un petit sujet là-dessus. ça leur a pris une journée sur leur deux semaines, et ça fait un super reportage. C'est comme ça qu'on fonctionne. On sait qu'on a pas d'argent. Tout le monde dans la rédaction sait qu'on a pas d'argent. Très régulièrement, je leur dis combien on a sur le compte de 8ème Étage, ça les fait rire. On se dit qu'au bout de 18 mois, faut transformer l'essai ou s'arrêter. Voilà, on essaye ça mais y a pas de frustrations par rapport à ça.

L. Chataing : D'accord. Et comme vous êtes tous à distance, vous n'avez pas besoin d'avoir un local commun.

M. Lelong : Non pas du tout !

L. Chataing : Vous agissez tous sur internet finalement ?

M. Lelong : Ouais c'est ça, on passe notre vie sur Skype et sur Facebook.

L. Chataing : D'accord, parfait. J'enchaîne. Alors question suivante, qu'est-ce que tu penses des sites de *pure players* qui ferment finalement quelques années après leur lancement ? Et comment tu vois ton avenir et celui de 8ème Étage dans cet écosystème médiatique ?

M. Lelong : C'est ce que je disais, j'ai vu que tu avais commenté mon statut l'autre jour quand il y avait l'annonce de la fermeture de Snatch et d'Humanoïde. Bon alors c'est différent parce que c'est du papier, mais tu vois, ce que je disais à la fin c'est qu'on peut jeter la pierre à personne. On ne peut pas reprocher à des *pure players* de fermer parce que y a pas de recette encore. Le modèle économique idéal du *pure player* il existe pas. On est à une époque où il est trop tôt pour le trouver. Parce que les usagers sont pas encore prêts, pas encore assez éduqués pour le web. C'est-à-dire qu'il y aura un modèle économique efficace et stable de la presse en ligne, quand les internautes seront ok pour soit voir de la pub vraiment et diront ça me dérange pas de voir de la pub, et je sais très bien qu'un titre peut être indépendant avec de la pub, soit seront ok pour dire moi ça me dérange absolument pas de sortir ma carte bleue sur Internet, pour payer quelque chose de qualité. Et on n'y est pas encore. Je suis sûr que dans 10 ans ou 15 ans, de toute façon il y aura des technologies qui permettront d'utiliser mieux la carte bleue sur Internet. En attendant cette période là, il faut se débrouiller. Nous si on arrive à s'en sortir, ce sera pas mirifique. On s'en sortira quoi. On arrivera à passer. On aura serré les fesses, mais ce sera pas dingue. Non on peut pas reprocher aux *pure players* de fermer, c'est pas une question de mauvaise gestion, ou de pas avoir été clairvoyant, ou quoi que ce soit. C'est juste que c'est comme ça, c'est compliqué. Moi c'est aussi pour ça que j'ai décidé de lancer 8ème Étage. Dès le premier jour, j'ai commencé à un plan B pour ma carrière. Le truc c'était de me dire, si ça ferme, si ça rate, personne pourra me reprocher de pas avoir réussi à lancer un *pure player* qui fonctionne sur Internet. C'est pas comme tu ouvres un magasin de basket dans une rue commerçante, logiquement si t'es pas trop mauvais, tu t'en sors. T'arrives à vivre. Si tu te casses la figure dans une rue commerçante, alors que tu vends des baskets, c'est que tu es mauvais quoi. Personne peut te reprocher de pas avoir réussi à faire de ton *pure player* une entreprise qui fait de l'argent, parce que personne n'y arrive. A part Mediapart, comme d'habitude. C'est hyper bien ce qu'ils font, ils ont tout compris. Mais on peut pas se comparer à Mediapart et personne peut se comparer à Mediapart. C'est pour ça quand je vois des *pure players* qui se lancent avec des abonnements à 10€ par mois en se disant Mediapart ils font ça, ils se rendent pas compte. C'est même pas qu'on joue pas dans la même cours, c'est juste que

c'est pas comparable. Mediapart ce qu'ils font, ils sont les seuls à le faire et ils ont aucune concurrence dans ce qu'ils font. Et en plus ils font quelque chose d'indispensable parce que c'est eux qui sont le plus proche de la définition du journalisme, comme d'intérêt public, d'intérêt politique et est électoral. Vraiment en période d'élection, tu te dis, si j'ai pas accès aux informations qui sont sur Mediapart, je peux ne pas voter en toute connaissance de cause. A partir du moment où tu te rends indispensable auprès des lecteurs, ben oui tu peux mettre un abonnement à 10€. Aucun *pure player* qui se lance ou qui s'est lancé avec des abonnements à 5, 7 ou 10€ n'est indispensable pour l'instant. Et nous on l'est pas non plus. On le sera jamais. C'est pas notre but. Notre cible c'est les gens qui sont déjà informés, qui sont curieux, qui ont envie de connaître d'autres choses. Si je sais pas peut-être qu'un jour, on sortira des enquêtes incroyables et si on a l'opportunité de faire du journalisme d'investigation hyper fouillé, évidemment on le fera, mais c'est pas notre but premier.

L. Chataing : Alors dernière question, j'y viens. Par rapport aux demandes d'aide, est-ce que vous faites des demandes d'aides de subventions auprès des organismes publics, cette année il y a eu l'appel à projet de Fleur Pellerin, y'a les fond Google. Est-ce que tu penses que ces aides peuvent être systématisées pour les *pure players* comme celles accordées aux médias traditionnels ?

M. Lelong : C'est un peu compliqué. Moi je me suis un peu penché sur les aides à l'époque, mais très rapidement, je me suis rendu compte qu'on aura énormément de mal à en bénéficier pour plusieurs raisons. La 1ère c'est que les aides à la presse, on peut pas en bénéficier. Pourquoi ? Parce qu'on est pas reconnu comme entreprise de presse, au sein de la CCIJP, parce que pour être reconnu comme entreprise de presse... Ah non c'est l'OJP en fait. Voilà, on n'est pas reconnu comme entreprise de presse au sein de l'OJP, parce que pour être reconnu comme entreprise de presse il faut que tu ais au moins un salarié qui soit encarté. Qui ait une carte de presse. Déjà nous on a pas de salarié. On ne peut pas encore payer de salarié. Donc à partir de là, on peut pas être reconnu comme entreprise de presse. Donc on peut pas délivrer la carte de presse. Donc on peut pas bénéficier des aides à la presse. Ensuite pour ce qui est des concours, comme Google, c'est soit des associations qu'ils récompensent. Là en ce moment il y en a un, c'est une dotation de Google je ne sais plus trop quoi, c'est uniquement pour les associations. Y'a un média qui est en lice qui s'appelle Voxe, c'est une application... pour comparer les programmes électoraux. Déjà c'est

une association, ils peuvent rentrer dans les critères de Google, et en plus c'est une start up avec un fort potentiel de nouvelle technologie numérique. Nous on a un site en HTML5, ce qui y a de plus basique parce qu'on veut que ce soit hyper claire pour nos lecteurs. On invente pas des nouveaux outils en journalisme. On peut pas candidater à ces trucs là parce qu'on est pas dans l'innovation.

L. Chataing : D'accord, mais si c'était possible malgré tout d'avoir des aides de l'état chaque année, est-ce que vous les prendriez, ou non ? Comment vous vous positionnez par rapport à cela ?

M. Lelong : Si y a pas de critères. Si c'est pas des aides distribuées au bon vouloir de certains élus, à certaines personnes, et que ce sont des aides qui sont distribuées à tous les *pure players* et tous les sites d'informations reconnus comme site d'information, pas parce que il y a des journalistes encartés au sein de la rédaction mais parce que c'est reconnu par un comité indépendant de gens reconnus, qui disent ; oui c'est de l'information et du journalisme, et qu'il y a des aides versées sans distinctions à tous les médias, ben oui y a pas de raisons qu'on la refuse. Par contre si ça peut empiéter... si on se rend compte qu'à un quelconque moment que cette aide nous sera versée si on modifie quelque chose à notre ligne éditoriale ou si on accepte de publier quelque chose. On est pas en dictature, donc logiquement c'est pas des choses qui sont censées arriver. Si on était un site d'information lyonnais, sur l'actualité de Lyon. Que demain un élu qui me dit ; moi j'ai une enveloppe de tant, je peux filer 10 000€ à 8ème Étage, mais par contre ce serait bien que 8ème étage fasse plus d'articles sur les projets qu'on fait à la mairie, etc. Je dirais ben non. Si on est un site d'information lyonnais, je lui dirais quand vous faites des choses bien on en parle, quand vous faites des choses pas bien, on en parle aussi. Et quand les autres font des choses, on en parle aussi. Parce que là, il y aurait un problème d'indépendance. Si demain il y a une aide en France pour tous les *pure players*, super, génial. Tant mieux. Mais ça serait pas demain la veille, je vois pas pourquoi ils feraient ça.

L. Chataing : Et bien c'est le mot de la fin ! [Mots de fin, remerciements].