



PAUL KRUGMAN,
Prix Nobel d'économie

FABRICE EPELBOIN,
consultant

DOMINIQUE WILLIEME, chef d'édition
du site Arte Live Web, et CHRISTOPHE
ABRIC, fondateur du site La Blogothèque

Nos stars de la blogosphère 2009

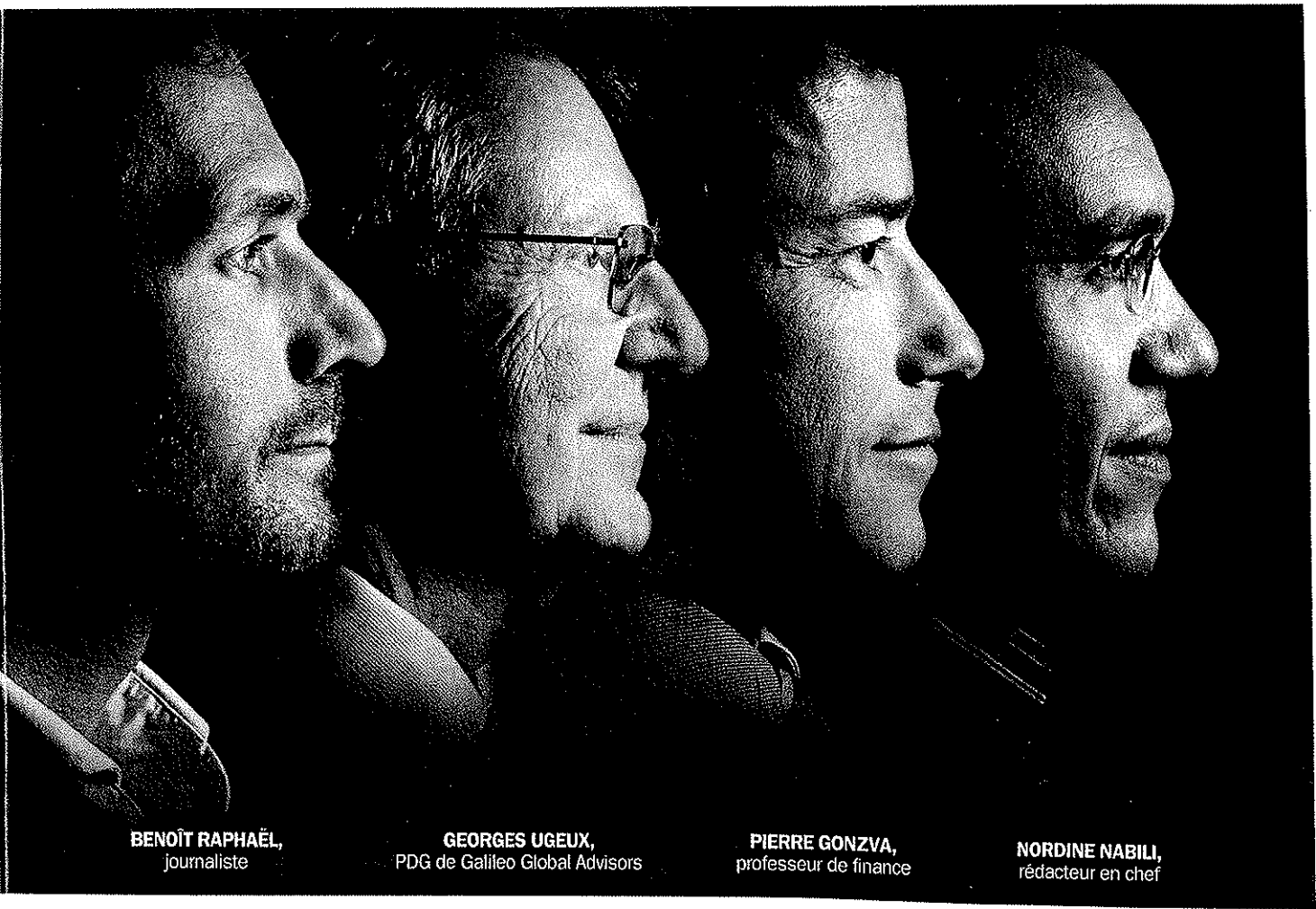
Les trophées Blogs Challenges 2009 ont distingué les meilleurs acteurs de cet univers en perpétuelle (r)évolution à l'influence grandissante.

U ne révolution dans la blogosphère? La nuit du 4 au 5 juin, « Poppyrose et la vie en rose » détrônait « Presse-Citron » au classement général Wikio des blogs les plus influents. Un crime de lèse-majesté pour une poignée de jeunes

mâles e-nobles, qui, au matin du 5, laissaient Poppyrose « un peu bousculée » par une série de commentaires assassins sur son dernier *post* (article). Une attaque de trolls, dit-on dans ce royaume. Ces blogueurs ne pouvaient pas supporter qu'une mère de famille qui conte son quoti-

dien et délivre ses conseils de couture supplante le roi du high-tech, et devienne la première d'entre eux. Eric Dupin, lauréat 2008 et finaliste cette année encore du palmarès des Blogs Challenges 2009 avec son fameux Presse-Citron, préférerait saluer la performance de Poppy d'un « cela

PORTRAITS
Bruno Lévy
pour Challenges



BENOÎT RAPHAËL,
journaliste

GEORGES UGEUX,
PDG de Galileo Global Advisors

PIERRE GONZVA,
professeur de finance

NORDINE NABILI,
rédacteur en chef

démontre une fois de plus que la femme est l'avenir de l'homme, et peut-être des blogs ». Tout en soulignant : « L'essentiel est sauf, puisque Presse-Citron conserve sa première place au Top Wikio high-tech, la seule catégorie qui nous intéresse vraiment. »

Davantage de femmes

Avec 60% des foyers français désormais connectés à Internet, 6,5 millions d'internautes qui ont déjà créé un blog au quatrième trimestre 2008, soit 27% de plus qu'à la même période un an plus tôt, selon Médiamétrie, les anciens webpropriétaires ne sont plus les seuls à pouvoir donner de la voix. « Les blogs, qui étaient d'abord le fait de geeks [hommes souvent jeunes, passionnés d'informatique et de nouvelles technologies], concernent aujourd'hui tout le monde, explique Laurent Binard, directeur général de Wikio et partenaire du palmarès des Blogs Challenges 2009. On observe une montée en puissance des femmes. Les domaines du loisir créatif, de la cui-

sine ou de la gastronomie sont en pleine expansion. »

Plus il se démocratise, plus ce monde virtuel reflète le « monde réel ». Le classement général n'a donc désormais de sens que pour déceler les thèmes qui montent. D'où la nécessité d'opérer par catégories. Cette année, Challenges en a choisi sept, de l'économie au high-tech, des médias à la Bourse en passant par le marketing, la politique et l'économie vues des pays anglo-saxons. Avec Nathalie Kosciusko-Morizet – secrétaire d'Etat au numérique, jusqu'à cette semaine, et présidente du jury –, notre magazine a élu sept têtes d'affiche, toutes nouvelles par rapport à l'année dernière (palmarès pages 64-68).

Galaxie encore jeune, la blogosphère ne cesse d'évoluer. Quand beaucoup de blogs montent rapidement au firmament, comme ReadWriteWeb, ouvert en octobre et vainqueur dans la catégorie high-tech, d'autres meurent. Ecopublix, Blog économique Challenges 2008, a cessé d'émettre en avril. Tout comme Versac, de



Fin 2008, 6,5 millions de Français avaient déjà créé un blog. Plus il se démocratise, plus ce monde virtuel reflète le monde réel.

Nicolas Vanbremeersch, qui délaisse une publication politique pour se recentrer sur ses « humeurs » avec Meilcour.fr. « Certains écrivent beaucoup jusqu'au jour où ils créent leur entreprise, décrochent un travail, explique Olivier Ezratty, conseil en stratégie de l'innovation et blogueur. Regardez Loïc Le Meur [chantre des blogs il y a deux ans. NDLR], il ne parle plus que de son entreprise. »

Davantage d'agressivité

Rien de plus libre qu'un blogueur. Ni de plus exposé. Pierre Chappaz, fondateur de Kelkoo et Wikio, président de notre jury l'an dernier, a fini par jeter l'éponge pour Kelblog en janvier, « éceeuré par l'ambiance qui règne sur le Net français. [...] Je suis fréquemment dénigré, attaqué personnellement », écrit-il dans son post intitulé « Au revoir les p'tits loups ». Espace ouvert au public, le journal autorise aussi bien l'invective que la louange. Et comme le souligne Chryde, de Bienbienbien, « quand il y a un blogueur, il ►►►

►►► *« y a un ego »*, ce qui envenime forcément les affronts.

D'émanation presque exclusive du « je », le blog a fini par devenir pluriel. Une question de temps, parfois, ou d'outils. Gonzague Dambricourt consacre moins de temps à son journal en ligne pour privilégier les formats courts. Charles Liebert se voue même presque exclusivement au microblogging avec de nouveaux outils comme Twitter. Même le nom de blogueur change de définition. *« C'est devenu un terme générique désignant les gens qui s'expriment sur le Net »*, explique Eric Maillard, directeur général d'Ogilvy PR. *« Le blog n'est plus au centre de l'identité, il y a un large mouvement vers les réseaux sociaux, les forums. »*

Davantage de contributeurs

Alors que ténacité et assiduité sont nécessaires pour tenir en haleine ses lecteurs et construire une communauté, avoir plusieurs contributeurs permet de contourner la chronophage de l'exercice, comme à Bienbienbien. ReadWriteWeb ou le BondyBlog, deux autres vainqueurs cette année, se sont aussi construits sur une structure participative.

« Le tout n'est pas de créer, mais de maintenir », souligne Nordine Nabili, rédacteur en chef du BondyBlog. Né pendant les émeutes de 2005, ce « média en ligne » publie un à deux articles par jour, écrits par une équipe d'environ 25 jeunes. Est-ce encore un blog ? *« C'est un omni, sourit Nordine Nabili. Mais il permet à d'autres voix de parler à partir du moment où la parole est construite. »*

Entre sites et blogs, la frontière s'estompe. A la Maison-Blanche, les dépêches du cabinet du président défilent sous l'intitulé The Blog. Il est pourtant impossible d'y laisser son avis. A l'inverse, des sites comme Unpointdevue.com (émanation de GrandOptical), Commentdormezvous ? (Matelsom), Enviedepus (Procter & Gamble), Grainedecurieux.fr (Eveil et Jeux) ou encore Les-végétaliseurs (Yves Rocher) permettent une vraie conversation entre les marques et leurs clients.

De leur côté, les blogueurs se professionnalisent. *« Au début, on bloguait seulement pour exprimer son point de vue ou se faire ►►►*

Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'Etat au Développement de l'économie numérique.

« Internet doit être un sujet de débat positif »

Elle possède son espace sur Facebook et actualise quotidiennement son Twitter. Nathalie Kosciusko-Morizet est incontestablement la plus numérique des membres du gouvernement. Elle livre à *Challenges* sa vision d'un Internet français « assumé » et vécu comme un levier de transformation de la société.

CHALLENGES Quelles sont pour vous les qualités d'un bon blog ?

NATHALIE KOSCIUSKO-MORIZET

Le premier enjeu, c'est la régularité. Il est facile d'écrire un seul bon article, mais cela ne fait pas un blog. Cela ne veut pas forcément dire qu'il est nécessaire d'écrire cinq notes par jour, mais il faut qu'il y ait un côté rendez-vous pour donner envie à l'internaute de revenir. Il faut aussi un angle particulier : on ne peut pas bloguer de manière pertinente sur tout, les blogs qui essaient de le faire sont rarement très intéressants. J'apprécie aussi les blogs dont les articles ne sont pas trop longs.

Les blogs ont-ils une influence importante sur le débat public ?

Il existe des blogs influents, mais Internet est un monde en recomposition

« On ne peut pas considérer les blogs comme des médias traditionnels. Une petite info lancée d'un site de rien du tout peut faire un énorme buzz. »

permanente, la durée de vie peut y être relativement courte, il y a des blogueurs qui s'arrêtent... On ne peut pas considérer le monde des blogs comme un monde de médias traditionnels, avec des canaux très stables dans le temps. Une petite info lancée d'un site de rien du tout peut faire un énorme buzz.

Les blogueurs mettent-ils en lumière une actualité différente de celle des journalistes ?

Il est normal que l'actualité soit décalée sur Internet par rapport aux autres médias. Le réseau mondial crée une communauté. Les sujets débattus n'y sont pas les mêmes que ceux du 20-Heures ou du repas du dimanche. D'autant que cette communauté a un biais : elle est plus jeune, souvent très active, spécialisée dans le high-tech.

Vous avez été une des premières ministres à ouvrir un compte Twitter. A quoi vous sert cet outil ?

Je l'utilise, de manière classique, pour informer sur mes activités et lancer des appels à projets. Je m'en sers également pour tester des idées et sentir des mouvements d'opinion, ou comme outil d'information, par exemple pour trouver des articles intéressants sur le nouveau moteur de recherche de Microsoft, Bing. **La plupart des élus semblent avoir du mal à trouver leur ton avec ces nouveaux outils...** Beaucoup n'ont pas compris ce que sont Twitter ou Internet, et ne les voient que comme un média supplémentaire. Sur leur Twitter, ils mettent leur agenda, déjà accessible ailleurs, ou les titres de leurs communiqués de presse.

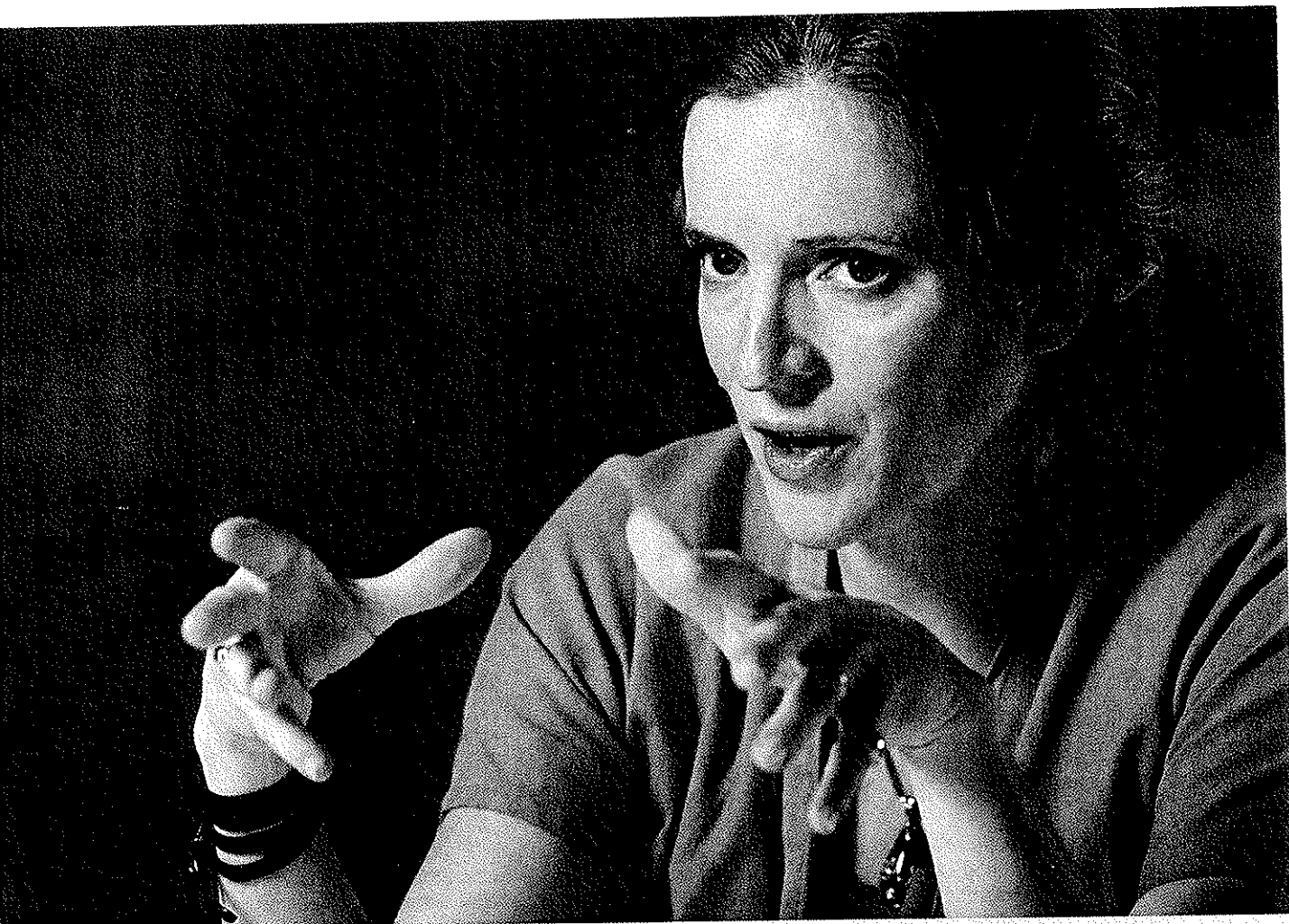
Ce qui est intéressant, c'est plutôt de

« twitter » une petite information supplémentaire, de faire passer une émotion, un étonnement, une recommandation...

Cela ne vous pose-t-il pas de problèmes par rapport à une parole politique normalement très cadrée ? Pendant les débats

sur la loi Hadopi, vous avez, par exemple, interpellé sur Facebook le directeur des contenus de Dailymotion, Martin Rogard...

J'ai un tempérament un peu impulsif. Mon cabinet ne contrôle pas ce que j'écris sur Twitter et Facebook, ce qui me vaut de temps en temps des remarques le matin dans mon bureau : *« Vous avez vraiment*



Nathalie Kosciusko-Morizet. Le 4 juin, dans son bureau ministériel, rue Saint-Dominique, à Paris, photographiée par Bruno Lévy pour *Challenges*.

écrit ça ? » Cela fait aussi du travail supplémentaire pour mes conseillers, car Facebook constitue un moyen d'interpellation pour les internautes. **Facebook justement, qui se retrouve au centre d'une polémique sur la protection de la vie privée...**

Le premier problème est celui de l'information de l'internaute sur l'utilisation de ses données personnelles pour financer le service. Le second est le droit à l'oubli : il faut trouver des solutions technologiques pour « marquer » les données personnelles mises en ligne, qui ont pu être répliquées ailleurs, et pouvoir éventuellement les détruire. Cette solution pose le problème d'un lieu de négociations et d'un accord international sur Internet, car un pays ne peut pas faire du droit à l'oubli tout seul. **Chargée de l'Economie numérique depuis six mois, comment envisagez-vous votre action ?** J'ai tenu à ce que ce secteur constitue un volet individualisé et chiffré du plan de relance car l'économie numérique a un fort potentiel de croissance. Elle se déploie en un triptyque : les

infrastructures, les acteurs, les contenus. Les enjeux financiers paraissent considérables sur les infrastructures (2,5 milliards d'euros pour le haut débit, 750 millions pour le très haut débit...), mais c'est parce que beaucoup de choses ne sont pas chiffrées sur les usagers ou les contenus. L'essentiel des recherches d'emploi, par exemple, se passe sur Internet, mais cela n'est pas chiffré. **Vous avez évoqué l'idée d'un site centralisant toutes les statistiques administratives. La France va-t-elle copier le Data.gov mis en place par Obama ?** Le plan « administration numérique » sur lequel nous travaillons ne ressemblera pas au Data.gov. Le concept est en tout cas intéressant, puisqu'il s'agit de dire que l'administration n'est pas forcément la mieux placée pour utiliser ses propres données : elle peut mettre en ligne des informations, puis laisser se développer des applications. Il pourrait, par exemple, devenir possible de savoir, d'un clic sur son iPhone, le taux de criminalité du quartier où l'on veut acheter un logement ou les performances d'une clinique.

Un autre volet du plan de relance numérique est le jeu vidéo éducatif, le *serious gaming*. Pourquoi avoir retenu ce secteur ?

C'est un champ de croissance et d'emplois formidable sur lequel la France devrait être présente : alors que nous avons trois entreprises de jeux vidéo dans les dix premières mondiales, nous y réalisons 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires là où les Américains en font 400. Ce secteur doit donc être encouragé, comme cela a été fait là-bas, par des appels à projets et des commandes publiques.

Quelle est votre ambition pour le secteur à plus long terme, que vous conserviez ou non votre actuel portefeuille ministériel ?

J'aimerais faire du numérique un sujet de débat positif en France. Qu'on cesse de se gendarmer tous les trois mois contre un phénomène Internet, pour se mettre à vivre le numérique comme une transformation de la société, avec sa part de risque et de chance, de révolutionnaire et de subversif. C'est un débat que ni les politiques ni les citoyens ne doivent subir.

Propos recueillis par Jean-Marie Pottier

Sept jurés en quête de blogueurs pour les Blogs Challenges 2009



VINCENT GRÉGOIRE

Responsable du département art de vivre de l'agence de style NellyRodi, il parcourt le monde à la recherche des tendances émergentes. Les blogs font partie de son terrain de chasse et il prise d'abord « les poils à gratter, les blogs d'humeur ».

MATTHIEU PIGASSE

Associé-gérant de la banque Lazard, ce passionné de médias vient de publier *Le Monde d'après, une crise sans précédent*, une analyse de la crise économique actuelle écrite à quatre mains avec Gilles Fincheinstein.

JACQUES MISTRAL

Directeur des études économiques à l'Institut français des relations internationales (Ifri), ce spécialiste des Etats-Unis a sélectionné pour Challenges ses économistes blogueurs favoris de l'autre côté de l'Atlantique.

GHISLAINE OTTENHEIMER

Rédactrice en chef à Challenges, cette spécialiste de la politique française n'apprécie guère la langue de bois. Elle l'a démontré dans deux livres, *Les Frères invisibles*, sur les francs-maçons, et *Les Deux Nicolas*, sur la rivalité entre Chirac et Balladur.

PHILIPPE COLLOBEL

Associé à la société de capital-risque Partech International, ce très bon connaisseur du high-tech européen puise ses informations à des sources multiples, notamment en parcourant les blogs spécialisés sur la question.

MARC FIORENTINO

Fondateur de la société de Bourse Euroland Finance, cet infatigable expert de la chose financière est également l'auteur de deux romans, *Tu seras un homme riche, mon fils* et *Un trader ne meurt jamais*.

GUILAUME DURAND

Le journaliste présente *L'Objet du scandale* sur France 2, consacré aux débats de société. Boulimique d'info et de culture, il regarde avec appétit le monde des blogueurs, dont il ne fait pourtant pas partie.

►►► connaître et étendre son réseau, remarque Emilie Branly, de Tendance.com. Puis les marques se sont intéressées à nous. Il devient plus facile de monétiser son blog. Certains en ont même créé juste pour pouvoir gagner de l'argent. »

Davantage d'argent

Selon Technorati, 20% des blogueurs monétisent leur contenu. Bannières de pub, liens, articles sponsorisés... Les moyens de grappiller un revenu complémentaire se sont multipliés. Un publi-rédactionnel, signalé comme un publi-reportage dans un magazine papier, peut être payé de 500 à 8000 euros, selon l'audience et l'influence du blog, par des régies publicitaires comme Influence (Heaven), quand des agences comme BlogBang (Publicis) préfèrent fournir des vidéos virales. Rares sont pourtant les blogueurs qui vivent de leur passion. Une petite dizaine, selon Mehdi Sol, directeur commercial d'Influence, régie publicitaire Web du groupe Heaven. Anh Phan, du Journal du Geek, ou Eric Dupin font partie de ces 4% qu'a comptés Technorati. Mais le pourcentage devrait augmenter. « Les blogueurs sont aujourd'hui des influenceurs », assure ainsi Alice

LES LAURÉATS DES INTERNAUTES

Pendant un mois, les internautes ont pu voter pour leurs blogs favoris sur Challenges.fr. Voici leurs préférés :

HIGH-TECH
Presse-Citron.

BOURSE
Pierre Gonzva.

POLITIQUE
Députés godillots.

ECONOMIE
Démystifier la finance.

TENDANCES
BienBienBien.

MÉDIAS
Benoît Raphaël.

ANGLO-SAXONS
Paul Krugman.

(Lire pages suivantes)

Holzman, directrice de la communication d'Orange France. Grâce à eux, nous avons eu 300 000 pages vues en moins d'un mois sur notre dernière campagne. » Signe qu'ils sont pris très au sérieux : cinq d'entre eux s'affichent sur les publicités de l'opérateur. Repérer les plus actifs, créer des liens avec eux, faire passer un message devient une nécessité pour les entreprises. « Ces gens-là font plus de bruit qu'une page de pub », renchérit Xavier des Horts, directeur de la communication de Nokia. Ils sont donc dragués à tout-va. « Nous travaillons avec une logique de casting », souligne Mehdi Sol. Le blogueur doit être légitime dans son domaine pour que le message soit efficace. »

Davantage d'influence

Il doit être influent. Un terme peu prisé sur la Toile. Emery Doligé ou MRY affirme que « le mot n'a jamais été reconnu par les blogueurs ». Christophe Abric, dit Chryde, assure, lui, que « le terme est en train de disparaître ». Mais les annonceurs n'ont que lui à la bouche. L'influence ? Cette « capacité à être repris, cité par d'autres, à contribuer à la propagation des

idées », résume sur son blog Jean Véronis, directeur du Centre informatique pour les lettres et sciences humaines (CILSH). Encore difficilement mesurable.

A chaque classement, la polémique enfle. Pour l'instant, il n'existe en effet aucun calcul standard de cette aptitude. En attendant, les algorithmes tournent autour avec insistance, comme celui de Wikio. Il classe les blogs en fonction « du nombre et de la valeur des liens qui pointent vers eux », explique Laurent Binard. Un calcul au-delà de l'audience qui ne compte « que » le nombre de visiteurs et met en tête les sites people ou de sexe, très fréquentés, mais qui n'attirent que des lecteurs zappeurs et ne restent pas longtemps en haut de l'affiche.

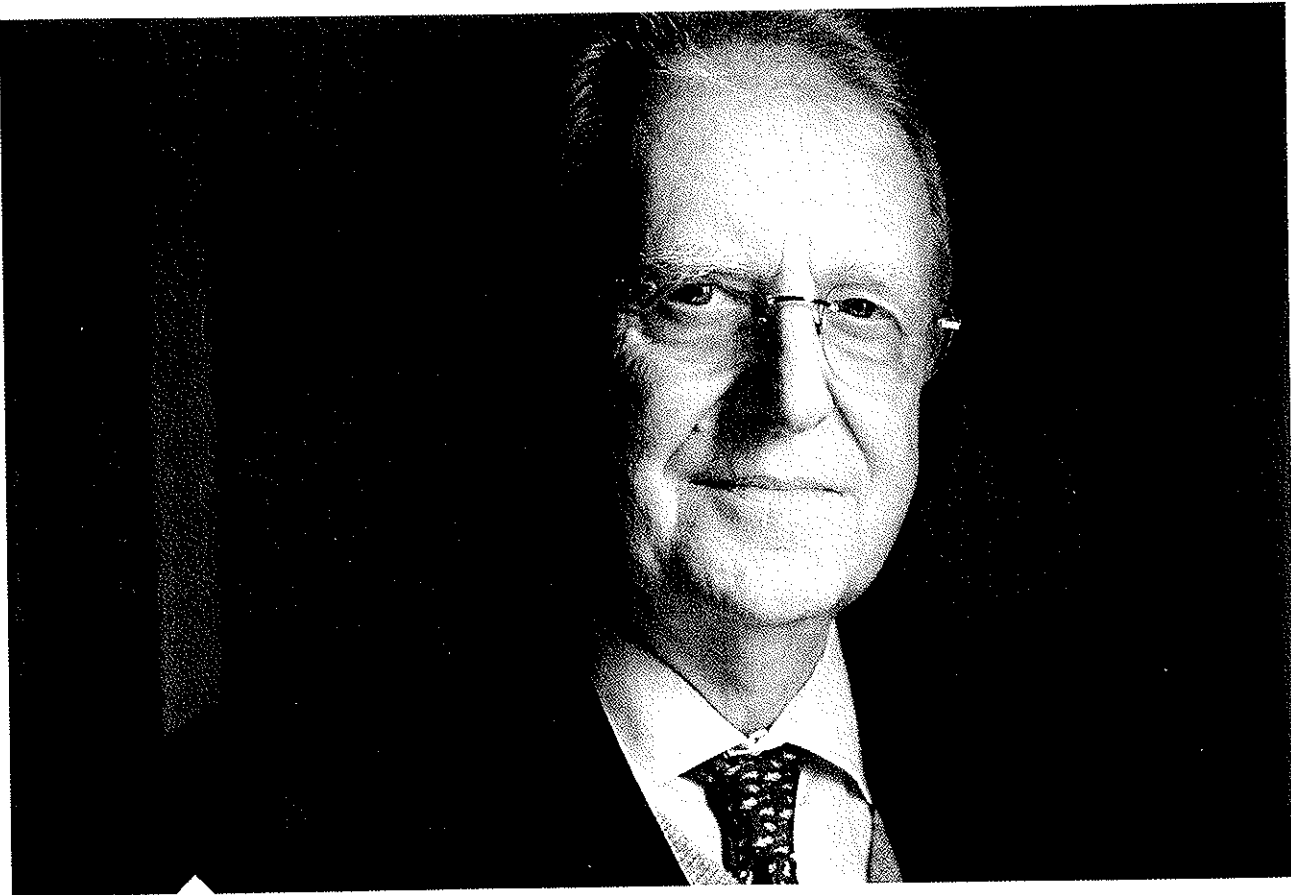
A l'inverse, plus un journal Internet a d'abonnés, fidèles et actifs (par leurs commentaires en particulier, la loi du genre sur les blogs), plus sa voix porte. Et peut conduire à des révolutions.

Solizc Briand

LE 1^{ER} JUILLET À 17 H SUR Challenges.fr

FORUM LES BLOGS SONT-ILS CRÉDIBLES ?

Posez dès maintenant vos questions à Vincent Huwer, créateur de VinZblog.



« AU MONDE, ON M'A DIT : "ETRE BLOGUEUR, C'EST AUSSI ACCEPTER DE PARLER DE CERTAINES CHOSSES QU'ON FAIT, SINON ON A L'AIR DE LES CACHER". » *Georges Ugeux, PDG de Galileo Global Advisors*

ECONOMIE

1^{er} - Georges Ugeux,
Démystifier la finance,
<http://finance.blog.lemonde.fr/>

2^e - Etienne Wasmer,
Blog d'un économiste du travail,
<http://ew-econ.typepad.fr/>

3^e - Gilles Raveaud,
L'Economie politique, <http://www.alternatives-economiques.fr/blogs/raveaud>

Des « journalistes en pyjama », les blogueurs ? Georges Ugeux préfère, lui, le costume-cravate. A 64 ans, le PDG de la banque d'affaires new-yorkaise Galileo Global Advisors évolue entre deux avions et, maintenant, deux nationalités : né belge, il vient d'obtenir la citoyenneté américaine. Depuis quelques mois, il s'est aussi vu naturaliser blogueur, fort d'un joli succès après une carrière passée, entre autres, par la direction financière de la Société générale de Belgique et la vice-présidence de la Bourse de New York. A l'origine de son blog, une interview pour la Matinale de France Inter, début octobre,

où son ton didactique fait mouche : « *Vous ne voulez pas l'embaucher à la rédaction ?* » blague Nicolas Demorand auprès d'un confrère. L'idée en l'air rebondit du côté du *Monde*, qui lui propose d'ouvrir un blog : « *Je réfléchissais déjà à l'idée. A un moment, il faut se jeter à l'eau.* » Bien troublée en l'occurrence par trois semaines de tempête financière et deux courants, « *la manipulation politique de la finance et la communication opaque des financiers* ».

Depuis, Georges Ugeux n'a pas chômé, entre le jeu de massacre bancaire, la recomposition du secteur automobile, les plans de relance... Sans oublier l'affaire Madoff. « *C'était mon principal concurrent quand j'étais au New York Stock Exchange et lui au Nasdaq. Il a fallu une demi-journée aux médias français pour tout comprendre, alors que moi j'étais à New York, à la source* », se souvient-il aujourd'hui avec orgueil. Résultat : 40 000 visiteurs par mois, des dizaines de commentaires et quelques polémiques. Quand il estime « *mégalomane* » la stratégie de Fiat, des blogueurs italiens le qualifient de « *venimeux* ». Hormis quelques flèches envers Bernard Tapie et Hank Greenberg, l'ancien PDG d'AIG, son ton

reste pourtant retenu, son style désuet. Courtois, jusque dans ses échanges avec les internautes.

Il y a cependant un sujet qu'il a hésité à aborder : Fortis. En décembre, Deminor et VEB, les minoritaires du bancassureur, viennent lui proposer d'être le candidat alternatif (bien que favorable à la cession à BNP Paribas) à la présidence face à Etienne Davignon. Elu administrateur le 11 février à Bruxelles, confirmé le 13 à l'assemblée générale d'Utrecht, il claque pourtant la porte en dénonçant de « *graves problèmes de gouvernance* ». Et se justifie sur son blog. « *J'étais réticent à le faire, mais on m'a dit au Monde : "Etre blogueur, c'est aussi accepter de parler de certaines choses qu'on fait, sinon on a l'air de les cacher."* »

Cette lettre de démission virtuelle lui a valu quelques reprises outre-Québécois. Il a également reçu une proposition d'un blog américain pour contribuer en anglais, et réfléchit à un projet de livre. En attendant, il ne manque pas de sujets pour son blog dans les prochains mois : la nouvelle architecture financière internationale, le « *rétrécissement* » de l'économie réelle... Et les performances futures de Fortis ? « *Je ne me censure pas.* »

J.-M. P. ▶