

Transterra media : une plate-forme Internet participative

Rubrique réalisée par Marie-José Daoud

« **L**e but de Transterra media est de créer une plate-forme Internet regroupant une communauté de contributeurs qui y mettront de l'information : nouvelles, mais aussi films, reportages photos, vidéos, information people, etc. », explique Yann Rotil, directeur général de e-Biz production, l'agence web basée à Beyrouth, Marseille et Tunis, en charge de développer le site.

L'idée du projet revient à deux Américains, Jonathan Giesen et Eli Andrews. Alors qu'ils habitaient au Caire tous les deux en 2006, ils ont été frappés par l'appétit des jeunes Égyptiens pour l'Internet, et ce malgré la pauvreté ambiante. Forts d'une longue expérience dans le monde des médias et conscients de la difficulté de celui-ci à trouver un modèle économique rentable, ils ont travaillé sur un projet de "nouveau média" plus flexible. « Aujourd'hui, il revient trop cher à un média traditionnel d'établir un réseau mondial de correspondants. D'où l'idée de développer un réseau de contributeurs, basés aux quatre coins du globe, rémunérés au nombre de fois où leur travail est vu », explique Rotil. La société, dont la

mission affichée est de « promouvoir et faciliter l'évolution de l'expression humaine », selon Giesen, vise en priorité les pays en voie de développement, où la liberté de presse n'est pas totale et où la densité journalistique n'est pas très grande. C'est pourquoi elle commence avec le Moyen-Orient, où « il existe une demande d'information alternative ; les médias traditionnels sont souvent biaisés et l'information relativement verrouillée », commente Rotil. La société devrait ensuite s'attaquer à l'Afrique et à l'Asie. Les principaux clients de Transterra seront les acheteurs média traditionnels (BBC, Arte, al-Jazeera, Arabiya, AP, etc.), qui achèteront du contenu au lieu de le produire eux-mêmes. L'équipe a embauché Hassan Ibrahim, d'al-Jazeera, comme rédacteur en chef, et peut se targuer de nombreux contacts avec les médias européens et arabes pour développer son chiffre d'affaires.

La première étape du projet, qui débutera en février 2010, est la création du site Internet et l'ouverture des comptes des acheteurs. La deuxième étape, qui devrait avoir lieu cet été, est de rendre le site public, d'y insérer de la publicité et de mettre en place le sys-

tème de notation interne : il est en effet demandé à chaque contributeur de noter trois contenus au minimum avant de présenter son propre travail ; et les œuvres qui obtiennent une note suffisante passent ensuite par l'équipe de rédaction avant d'être publiées. La troisième étape du projet consistera à rendre le site disponible en arabe et à développer l'arsenal de produits de fidélisation (flux RSS*, abonnements, widgets**, système d'enchères pour les exclusivités, etc.).

« Les revenus du site proviendront essentiellement des acheteurs, explique Andrews, et seront complétés par la publicité. » L'investissement initial a été de 500 000 dollars et les profits sont attendus à partir de la troisième année. Si actuellement l'équipe est relativement réduite, elle devrait tourner autour de dix personnes d'ici à la fin de la première année de fonctionnement, avec une division marketing chargée de faire le tour des universités arabes, de prendre contact avec le milieu du cinéma alternatif, etc. Il n'existe aujourd'hui qu'un seul autre site Internet concurrent de Transterra, sur la partie nouvelles uniquement ; il s'agit d'ACP presse. Mais « à la différence d'ACP, où seuls les journalistes professionnels peuvent contribuer, Transterra est ouvert à plus de monde : journalistes bien sûr, mais aussi photographes, blogueurs, écrivains... », conclut Giesen.



Pour Yann Rotil, « le but de Transterra media est de créer une plate-forme Internet regroupant une communauté de contributeurs qui y mettront de l'information : nouvelles, mais aussi films, reportages photos, vidéos, information people, etc. »

(*) Flux RSS : c'est un fichier texte qui contient les titres des derniers articles mis en ligne par un site web ainsi que les liens vers ceux-ci. Ce fichier est généré périodiquement pour que le sommaire soit toujours à jour.

(**) Widget : il s'agit d'application permettant d'accéder à une information précise. Par exemple, on peut trouver un widget pour la météo, un widget pour accéder à sa boîte e-mail, un autre pour les news...

Le Commerce du Levant est sur Facebook !

Le Commerce du Levant ne pouvait pas passer à côté de la montée en puissance des réseaux sociaux. Depuis le 5 janvier 2010, votre magazine a une page sur Facebook. Et Twitter ne devrait pas tarder !