

BLOCKCHAIN, CHAÎNON MANQUANT DES MÉDIAS ?

*Crypto-
monnaie*

FINANCER SON JOURNAL GRÂCE AU BITCOIN ? L'IDÉE EST LOIN D'ÊTRE IRRÉALISTE. LA TECHNOLOGIE BLOCKCHAIN PEUT PERMETTRE AUX MÉDIAS DE DÉVELOPPER DE NOUVEAUX MODÈLES DE MONÉTISATION. PROMESSE OU MIRAGE ?

La blockchain sauvera-t-elle les médias ? L'affirmation est évidemment simpliste, et la réalité est pour l'instant bien plus modeste : en France, les initiatives sont encore à un stade embryonnaire. « Pour utiliser une technologie expérimentale comme celle-ci, il faut déjà être dans un état d'esprit de rupture, se doter de moyens humains, techniques, et financiers, et être capable de prendre des risques », souligne ainsi Clément Jeanneau, cofondateur du cabinet de conseil Blockchain Partner.

Cela dit, la blockchain affiche déjà ses promesses pour les médias avec l'essor de nouveaux modèles de financement. Les émissions de jetons ou Initial coin offerings (ICO) sont ainsi devenues les levées de fonds 2.0, permettant de financer des projets novateurs. La société LiveTree Adept a par exemple annoncé le développement de la première série financée en cryptomonnaies, « Childen of Satoshi », pour un budget de 1,4 million de dollars par épisode.

MONNAIES VIRTUELLES... PROJETS BIEN RÉELS

Le minage est l'autre grand modèle prometteur. L'idée ? Utiliser la puissance de calcul des ordinateurs des internautes visitant un site pour générer des cryptomonnaies. Séduisant, mais pas pour tous les médias. « Ce qui compte avec le minage, c'est la durée de connexion, sur ordinateur et non sur mobile. Des sessions de cinq à dix minutes ne suffisent pas à générer des recettes

intéressantes, même si leur nombre est important. En revanche, des sites comme ceux de streaming ou de jeux vidéo ont un atout », assure Jean Offman-Oulhiou, CEO de la start-up Moonify, qui défend un minage respectueux et transparent.

Selon les estimations de la société, un site comme lemonde.fr pourrait dégager des recettes annuelles de l'ordre de 200 000 euros. Mais pour Twitch, service de streaming de jeu vidéo, le gain pourrait atteindre 2 millions d'euros ! En France, le site d'information StreetPress est pour l'heure le seul à avoir tenté un test dans ce domaine en décembre. Avec un succès tout relatif : si l'opération a fait parler d'elle, le site a récolté... 5 euros en une semaine. « C'était intéressant dans la démarche et dans la relation au lecteur. Nous continuerons à promouvoir cette culture du test jusqu'à trouver le modèle qui nous permettra de continuer à croître », assure cependant son fondateur Johan Weisz.

D'autres ne cachent pas leur intérêt pour ce modèle naissant. « Je ne suis pas sûr que cela nous rapporte suffisamment pour nous financer... mais il faut diversifier nos modèles, et avec des longues durées d'écoute, l'audio a tout pour que ça marche », estime par exemple Xavier Filliol, fondateur de Radioline, plateforme qui agrège quelque 70 000 radios en ligne.



En France, le site d'information StreetPress a essayé le modèle du minage : le site a récolté... 5 euros en une semaine. Mais son fondateur reste confiant.

UN BOULEVARD POUR LE MARCHÉ PUBLICITAIRE

Pour le marché de la publicité en ligne aussi, la blockchain pourrait avoir des conséquences importantes. La société MetaX a par exemple lancé, sur la blockchain Ethereum, la plateforme AdChain qui doit fournir une « vue globale de toute la data associée à une impression pub ». Et peut-être devenir ainsi le chaînon manquant pour résoudre la crise de confiance des annonceurs et éditeurs à l'heure du programmatique et de la multiplication des intermédiaires. Brendan Eich, cofondateur de Mozilla et de Firefox et inventeur du langage JavaScript, a levé 35 millions de dollars en 30 secondes l'année dernière via une ICO pour son projet de navigateur Brave censé réduire la fraude, la violation de la vie privée et l'affichage de publicités inadaptées.

En France cependant, les acteurs du secteur ne se sont pas encore emparés du sujet. « Parmi nos clients, je constate un intérêt intellectuel fort pour le sujet de la blockchain, mais l'urgence est d'abord de s'adapter aux nouvelles contraintes législatives comme le Règlement général sur la protection des données (RGPD), souligne Grégoire Fremiot, chief revenue officer de Mediarithmics, fournisseur notamment des plateformes DMP et DSP de l'alliance Gravity. Et puis, le secteur de la publi-

UN SITE COMME LEMONDE.FR POURRAIT DÉGAGER DES RECETTES ANNUELLES DE L'ORDRE DE 200 000 €.

cité fonctionne avec l'intervention de nombreux intermédiaires, qui font que la blockchain ne s'applique pas encore avec tout son potentiel. »

Mais les promesses sont déjà fortes pour une technologie aussi récente. « D'ici à deux-trois ans, annonceurs, éditeurs et internautes pourraient nouer une nouvelle relation de confiance, fondée sur un deal gagnant-gagnant et la convergence de leurs intérêts », pronostique ainsi Grégoire Fremiot. « 2018 sera une année de régulation, estime de son côté Jean Offman-Oulhiou, et les usages mettront deux ou trois ans à émerger. C'est quelque chose de très disruptif, mais la blockchain peut vraiment apporter des choses extraordinaires aux éditeurs... surtout vu leurs difficultés actuelles ! » ■

SARAH BENAYOUN

DE QUOI PARLE-T-ON ?

Blockchain : Technologie de stockage et de transmission d'informations sécurisée, transparente et décentralisée. La blockchain fonctionne comme un registre de transactions dont chaque utilisateur peut vérifier la validité. Elle est fiable et théoriquement infalsifiable.

Minage : Utilisation de la puissance de calcul informatique pour traiter des transactions, sécuriser le réseau et permettre à tous les utilisateurs du système de rester synchronisés. Les « mineurs » sont rémunérés au prorata de la puissance de calcul qu'ils apportent au réseau.

Cryptomonnaie : Monnaie électronique et peer-to-peer, se basant sur les principes de la blockchain pour la validation des transactions et la génération de la monnaie elle-même. Le Bitcoin est la plus emblématique, mais il en existe près de deux milliers, dont l'Ether, Monero, le Litecoin, Ripple...

Token : Unité de base d'une blockchain. Il est possible de créer des tokens qui ont leur propre valeur à partir d'une chaîne, comme sur la blockchain Ethereum.

ICO : Initial Coin Offering. Méthode de levée de fonds fonctionnant via l'émission de tokens échangeables contre des cryptomonnaies durant la phase de démarrage d'un projet. ■