



Leçons de deux ans de blogging

Le 6 mai est une date importante pour moi, mais pas 2007 (même si on reparlera un jour de cette dernière), plutôt 2006. Cela fait aujourd'hui exactement deux ans que j'ai démarré ce blog.

Cela faisait longtemps que je souhaitais partager avec vous cette expérience sous différents angles : ce qu'un blogueur sait de son audience, le positionnement du blog, les contraintes techniques et de temps, et l'impact sur mon activité. Cet anniversaire m'en donne l'occasion.

Mon positionnement

Lors de la création de ce blog, j'ai adopté un parti pris qui n'a pas changé depuis : publier des "**articles de fond**" assez longs. Souvent liés à l'actualité mais parfois à contre-cycle, leur thème général est l'innovation. Elle est vue sous plusieurs angles : quelques domaines d'application dans les loisirs numériques (télévision numérique, photo, web 2.0), l'évolution de l'industrie du logiciel et de l'Internet, et aussi un peu de politique dans sa liaison avec l'économie de l'innovation. C'est un domaine qui m'intéresse de plus en plus, au gré de ma découverte du bien compliqué écosystème de l'innovation en France. Je publie ainsi en moyenne un article par semaine. Avec souvent un ou deux articles en préparation en parallèle, qui sont ainsi créés dans la durée. Si **programme il y avait**, il est plutôt respecté.

Je me surprends parfois à faire un travail proche du **journalisme d'investigation**. Compilant faits et données (essentiellement sur Internet), des informations de sources différentes et analysant les aspects quantitatifs des débats en cours. Journalisme oui, mais qui a de moins en moins cours alors que cette profession subit de plus en plus une pression à la fois économique et de compression des délais. Cette forme d'investigation manque, y compris dans la blogosphère qui joue dans l'ensemble trop dans l'émotionnel et le temps réel. En même temps, je n'ai pas certaines contraintes des journalistes : pas de calibrage, de ligne rédactionnelle à suivre ni de délais spécifiques à respecter !

Depuis deux ans, deux nouveaux outils se sont généralisés : les **réseaux sociaux** et les outils de **microblogging** comme Twitter. Si j'ai bien un compte Facebook et LinkedIn (et je m'arrête là, ne m'invitez pas dans d'autres réseaux sociaux comme Naymz), je ne suis pas sur Twitter. Ces outils nous rapprochent trop du temps réel et nous éloignent de la réflexion. Ils relèvent d'une forme moderne de l'"oraliture", avec cet usage de l'écrit pour *juste* transcrire le parlé. Par la force des choses, je me suis donc retrouvé à contre-courant de cette tendance. Et j'y reste. La différence permet de se faire remarquer dans cet océan de contenus temps-réels !



Poussant le concept plus loin, j'ai aussi utilisé ce blog comme plate-forme de **publication de documents** : soit créés de toute pièce comme le guide sur l'accompagnement des startups hightech en France ou les rapports de visite du CES de Las Vegas, soit sous forme de compilations de séries d'articles sous forme de PDF denses comme sur "Google vs Microsoft" ou sur "Trop d'Etat, oui mais où ça?". Depuis quelques mois, le bandeau en haut du blog permet d'accéder directement aux **pages de téléchargement** de mes publications et supports de présentation de conférences, formations et séminaires.

Autre parti pris, il n'y a **pas de publicité** du tout sur ce site : pas d'AdSense, pas de bandeaux, pas de sponsoring. A la fois parce que ces sources de revenu sont dérisoires et parce qu'elles polluent l'interface d'un blog.

Pendant ces deux années, j'ai sinon constaté un phénomène : quelques blogueurs bien connus se sont **éloignés de ce mode d'expression** : Rodrigo Sepulveda (qui a créé Vpod.tv), Julien Codorniou (devenu papa...), **Pascal Mercier** d'Aélios Finance (peut-être blasé ?), **Loïc Le Meur** (qui focalise sa communication sur Seismic). Heureusement, quelques autres tiennent le rythme dans la durée, comme **Fred Cavazza** (qui a ouvert plusieurs blogs thématiques), l'inusable **Jean-Michel Billaut** capable à la fois d'écrire longuement et de publier énormément de vidéos, **Pierre Chappaz** (qui co-blogge avec sa compagne Cathy) et aussi **Jean-David Chamboredon** de 3i qui se farcit également des articles de fond environ une fois par semaine. Blogger est une véritable course de fond, surtout dans la mesure où on bâtit sa ligne éditoriale et son audience dans la durée.

Ce que je sais de vous

Un blogueur a envie de savoir qui le lit. Et cette connaissance du lectorat n'est pas simple à établir. Divers outils comme Google Analytics permettant d'en savoir un peu, mais c'est insuffisant. C'est en croisant des connaissances que l'on découvre qui lit son blog. Il y a aussi les références d'autres sites et blogs qui pointent sur le votre qui fournissent quelques indications.

Commençons par une tentative de segmentation des lecteurs de ce blog :

- Un lectorat de **grandes entreprises**, souvent dans la hightech. Vous êtes en général discrets dans les commentaires. Par exemple, les dizaines d'anciens collègues de Microsoft qui me lisent mais ne commentent pas, malgré la possibilité d'anonymat. Attitude également valable dans les grands groupes français. La libre expression semble être difficile dans ces structures. Et pas seulement faute de temps. Mais ces lecteurs m'encouragent toujours à continuer...
- Des enseignants ou **étudiants** dans l'enseignement supérieur, notamment dans les grandes écoles. Probablement lié à mon activité d'enseignement à Centrale et HEC. Et aussi aux posts et documents que je publie qui intéressent les jeunes entrepreneurs. Ils sont nombreux à me contacter directement pour conseils, projets ou autres.
- Des **entrepreneurs hightech** et leurs **investisseurs** (business angels, VCs, ...). Pour les mêmes raisons et

du fait de mon activité dans cet “écosystème”.

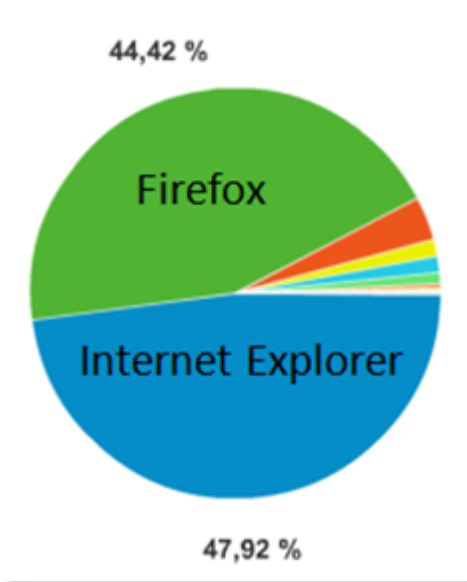
- Des **opérationnels** dans divers organismes publics.
- Pas mal de **français et francophones de l'étranger**. Ils représenteraient 22% des visites. la Belgique et le Canada en premier. Suivis de l'Irlande (beaucoup d'expats là-bas), de la Suisse, des USA, du Maroc et du Royaume Uni. A noter qu'il y a trois fois moins de trafic en Tunisie et en Algérie qu'au Maroc. La magie d'Internet permet d'avoir une audience dans un nombre incroyable de pays: 150 en tout (*cf la carte Google Analytics ci-dessous*), dont 30 avec une seule visite, donc pas représentatifs. Quelques pays non encore couverts : l'Irak, le Pakistan, la Somalie, la Corée du Nord, certains pays de l'ancienne URSS proches de l'Iran. Pas trop inquiétant ! Tous les blogs français doivent générer le même phénomène je suppose.



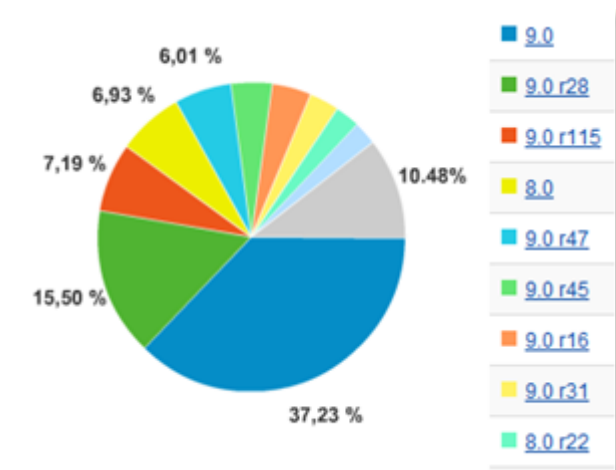
- Les **autres** : famille, amis personnels, quelques journalistes, et ceux qui ne rentrent pas dans les catégories précédentes.

J'ai pu glaner quelques autres informations sur le visitorat de ce blog, notamment via Google Analytics :

- Le **trafic** est relativement stable dans le temps depuis un an et demi avec entre 5000 et 10000 visiteurs uniques par mois (selon Google Analytics, qui est très restrictif, les stats d'hébergement donnant plus de 70000 visiteurs uniques par mois, mais comprenant la poubelle des robots de scrapping/search & co). Le site bénéficie d'une pointe de trafic lorsque je publie mes rapports de visite du CES où lorsqu'un blog à fort trafic se fait l'écho d'articles ou documents publiés ici même.
- Les **moteurs de recherche** génèrent 42% du trafic. Le “stock” de mots du site est conséquent, ceci explique cela. Les liens à partir de sites tiers : 33% et l'accès direct : 25%, probablement lié aux flux RSS et à l'accès direct au site dans le navigateur. NetVibes génère 3,7% du trafic. Un **article** dans TechCrunch au sujet du **rapport de visite du CES** en janvier 2008 a généré 1076 visites.
- L'usage de **lecteurs RSS** pour suivre ce blog ne semble pas très élevé. Ce genre d'outil n'est pas encore entré dans les moeurs. Malgré les Google Reader et autres NetVibes.
- Côté navigateur, comme dans tous les blogs high-tech, le **poids de Firefox** est supérieur à sa part de marché globale. Elle augmente d'ailleurs quand j'écris sur Linux ! Côté système d'exploitation, 7,7% des lecteurs sont sous Linux et 6,9% sous Macintosh. Environ le double de l'ensemble du marché. Pas étonnant vue la typologie du lectorat.



- Autre point, la grande hétérogénéité de la base installée de **Flash** avec une dizaine de versions (ou sous-versions) différentes qui cohabitent. Mais ce sont pour l'essentiel des variantes de la version 9.0, largement déployée maintenant.

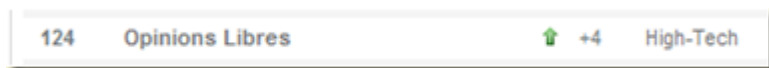


- Les articles qui marquent le plus concernent Ubuntu, Vista, les rapports de visite du CES, Microsoft, Google et la photo numérique. Par contre, vous semblez moins intéressés par les papiers concernant l'économie et l'économie politique. C'est peut-être aussi lié au fait qu'ils sont moins référencés dans des sites et blogs politiques. Je n'ai pas prévu pour autant de créer autant de blogs que de thèmes couverts !
- Votre contribution sous forme de **commentaires** est très variable. Ils sont un peu trop bidirectionnels entre vous et moi et pas assez entre lecteurs. Mais les débats sont en général de bonne tenue ce qui est appréciable.

Ceci est donc une connaissance bien partielle de son lectorat. On aimerait en savoir beaucoup plus mais les outils disponibles comme le respect de la vie privée des lecteurs ne permettent pas d'aller au delà !

Sinon, ce blog est apparu dans le classement de Wikio quasiment dès sa création (celle du classement, pas du blog...). Il se retrouve ainsi 124eme blog français tous sujets confondus et aux alentours du 60eme pour les blogs hightech, sachant que ces classements thématiques sont sujets à caution pour les blogs multithématiques comme le mien ! Ce classement n'est pas lié au trafic mais plus sur les liens entre les blogs eux-mêmes. Il varie

énormément selon la période, liée aux articles et à leur effet de “buzz” dans la blogosphère. C’est sympa d’être dans la liste, mais ce n’est pas une fin en soi.



Impact

Quel est l’impact pratique de l’activité de blogging pour le freelance que je suis dans l’écosystème de l’innovation ?

C’est d’abord un outil qui permet de structurer ses idées et ses convictions. Pour un bon usage de son cerveau et de ses sens. Cela pousse à s’exposer publiquement et à prendre quelques risques. Cela génère un peu d’adrénaline.

Comme je l’avais espéré, c’est aussi un investissement marketing personnel très utile. Il crée un point de référence que les clients potentiels peuvent consulter. Il permet d’équilibrer ce que l’on donne à l’écosystème (comme les **documents en Creative Commons**) et ce que l’on vend (des prestations, du conseil, des audits, des conférences). De nombreux entrepreneurs – souvent jeunes – et étudiants me contactent ainsi pour me présenter leur projet. Cela crée un “deal flow” de projets intéressants que je route en général sur les bonnes personnes et organisations. Et quelques fois, je m’y plonge pour les approfondir d’une manière ou d’une autre. Le blog est donc devenu un outil marketing de choix pour les consultants indépendants. De choix, mais pas encore très employé !

Un blog qui vit régulièrement occupe aussi une grande place dans l’identité numérique de son auteur. J’en ai apprécié le poids lorsque la base de données MySQL de mon blog a été coupée par mon hébergeur en **novembre dernier** pendant cinq jours, alors que j’étais aux USA dans la Silicon Valley (un comble...). Cette privation m’avait donné l’impression que la moitié de moi-même avait été sabordée. Curieux stress ! D’autres doivent ressentir cela lorsqu’ils perdent leur téléphone portable qui permet de les relier “au monde”.

J’ai sinon reçu quelques demandes de reprises d’articles dans des sites d’information divers, comme Newzy.fr. C’est une pratique courante alors que se multiplient les sites de médias dits “UGC” (user generated content). Ces sites proposent soit aux internautes d’écrire pour eux (comme chez **Obiwi**), soit ils récupèrent d’une manière où d’une autre les contenus de blogs pour les republier. C’est la stratégie de **Paperblog**. Pour ma part, j’accepte les reprises d’articles dans des sites dont la ligne éditoriale colle avec la mienne, notamment autour de la promotion des startups et de l’innovation. J’ai publié une **charte éditoriale** du blog exposant ces principes.

On me demande sinon souvent : “*mais combien de temps passe tu sur ton blog ?*“. La charge correspondante peut impressionner. Mais elle est diffuse, sauf à publier plusieurs articles par jour comme les pros du blog. On s’y habitue. Le rythme de publication d’un papier par semaine est très acceptable : je passe une à trois heures par article. La réponse aux commentaires prend un peu de temps, mais ce n’est pas lourd et surtout, cela motive à continuer.

La technique

Je suis très content de mon **choix de WordPress** comme souche logicielle pour héberger ce blog. Choix confirmé car WordPress est devenu un standard open source de fait pour les blogs. L’un de ses concurrents, DotClear, avec beaucoup de contributeurs français, n’a pas eu le succès de WordPress. Le service commercial de blog Typepad de SixApart décline un peu. Sinon, Google Blogger est très courant mais on ne contrôle pas grand chose avec.

Par contre, faire évoluer soi-même ce blog, gérer ses évolutions, ses nombreuses mises à jour de sécurité, et

peaufiner les templates a été un travail de geek assez pesant. Lourd mais générant souvent la satisfaction du développeur que j'étais il y a longtemps. Je suis un adepte du "do-it-yourself" et dans plein de domaines au delà de l'informatique comme dans la photographie, la cuisine ou la menuiserie.

Grâce à WordPress, j'ai découvert Linux, MySQL, PHP et plus particulièrement Ubuntu, que j'utilise pour disposer d'un "staging server" chez moi, c'est-à-dire un serveur qui réplique la configuration du blog qui tourne en production chez mon hébergeur. C'est un excellent apprentissage. Il ravira les adeptes de Linux qui voient un ancien cadre de Microsoft s'adonner à leur bébé favori, ... mais mon PC principal reste sous Vista ! Eclectique jusqu'au bout !

Eclectisme qui me pousse à m'aventurer dans le design. Suite à de nombreuses remarques justifiées d'amis sur le côté poussiéreux de l'ancien design, j'ai lancé un nouveau look et surtout quelques fonctionnalités (historique complet par popularité et par mois, contributeurs de commentaires les plus actifs et leurs commentaires) en **février dernier**. Le tout en privilégiant la lisibilité du contenu, et toujours avec cette feuille de style à trois colonnes de largeur variable, peu commune dans les blogs. Le temps de réponse du site est un peu long et je ne sais pas vraiment pourquoi. Cela amènera d'autres optimisations.

Et après ?

Et bien, je vais continuer sur la lancée. L'actualité est toujours riche à commenter. Ecrire a renforcé ma passion pour bouger les choses autour des conditions de l'entrepreneuriat en France. Et aussi pour décrypter certains événements, notamment de l'industrie high-tech et de l'économie. Les médias traditionnels ont laissé s'ouvrir un espace d'expression alternatif qui me va bien.

Nous sommes le 6 mai. C'est aussi l'anniversaire d'un an... de **Rue89** ! Un site d'information hybride (journalistes + UGC) qui se débrouille plutôt bien depuis son lancement, avec maintenant environ un million d'utilisateurs uniques par mois.

Pour ce qui est de notre président, le bilan de ses 20% de quinquennat ayant généré une véritable logorrhée médiatique, je m'en chargerai un peu plus tard. Au calme.

Cet article a été publié le 6 mai 2008 et édité en PDF le 15 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>