

Brut, le média aux 20 milliards de vidéos vues qui a décroché une interview de Macron

Alors que l'exécutif est empêtré depuis des semaines dans une série de polémiques — violences policières, loi sécurité globale, mesures de déconfinement — Emmanuel Macron répondra ce vendredi 4 décembre aux questions de journalistes et d'internautes sur le média Brut.

S'adresser à un public jeune qui n'a plus le réflexe des médias traditionnels pour s'informer mais celui des réseaux sociaux. C'est l'option choisie par Emmanuel Macron en accordant une interview de 1h30 à 2h au média Brut. En l'espace de quatre ans, le site d'information français en ligne Brut, auquel Emmanuel Macron accordera une interview vendredi, est passé d'ovni de l'information à marque médiatique reconnue en France et à l'international chez les jeunes, sa cible première. Brut est né fin 2016 de l'association d'anciens piliers de l'univers Canal+: Renaud Le Van Kim, l'ex-producteur du « Grand Journal », Guillaume Lacroix, fondateur de Studio Bagel, Roger Coste, ancien patron de la régie publicitaire de Canal+, et Laurent Lucas, ancien rédacteur en chef adjoint du « Petit Journal ». Brut a levé 46 millions d'euros depuis sa création.

Avec en tête l'idée de créer un média en ligne, multilingue et destiné aux

jeunes éloignés des médias traditionnels en fournissant « des clés de compréhension pour décrypter l'information en ligne », explique dans un communiqué le groupe. « La principale révolution dans notre utilisation des médias, c'est la conversation » avec un public jeune, les 18 et 34 ans, « pour susciter un dialogue social positif autour des grandes questions contemporaines », explique Guillaume Lacroix, PDG de Brut, cité dans un communiqué.

Suivant une ligne éditoriale sur « les sujets qui leur tiennent à coeur: l'impact social, l'environnement, la responsabilité des leaders, l'empowerment des femmes et des minorités », précise le dirigeant. Le tout est contenu dans des vidéos courtes diffusées exclusivement sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, Dailymotion, Instagram, Snapchat). Et la formule marche.

20 milliards de vues en 2020

Selon les données du groupe, les contenus de Brut sont visionnés dans plus de 100 pays et ses vidéos ont généré 20 milliards de vues en 2020. Il revendique en Europe 39 millions de spectateurs uniques par mois, citant les mesures d'audience de Tubular Audience Ratings. Plusieurs dizaines de vidéos ont été visionnées des millions de fois. En France, celles-ci ont parfois été à la source de polémiques mettant en cause le comportement des forces de l'ordre ou révélant des violences. Fin novembre, un journaliste de Brut, Rémy Buisine, connu pour ses couvertures des manifestations et mouvements sociaux, a été molesté par un policier alors qu'il couvrait l'évacuation violente d'un campement de migrants dans le centre de Paris.

Il fera partie des journalistes qui interrogeront vendredi Emmanuel Macron sur le plateau de Brut, le chef de l'Etat ayant accordé au média une longue interview, d'une durée d'une heure et demie à deux heures. Elle sera diffusée sur les réseaux sociaux et également retransmise par franceinfo sur tous ses canaux de diffusion, dans le cadre d'un partenariat noué il y a quatre ans entre les deux médias.

Brut, dont le siège est situé à Paris, emploie plus de 130 salariés. Rentable en France où il génère l'essentiel de ses revenus, le média a largement développé sa présence à l'international, en ouvrant des bureaux au Royaume-Uni, en Inde, au Japon, en Chine, au Mexique, en Espagne et aux Etats-Unis.