

Avec Majelan, Mathieu Gallet donne de la voix

Pour l'ex-président de Radio France, l'avenir de l'écoute est dans le podcast. Il lance Majelan, une appli regroupant les contenus radio et des créations.

ENTRETIEN

PHILIPPE LALOUX

Comme la vidéo à la demande a bousculé la télé à papa, le podcast est en passe de révolutionner la manière d'écouter la radio. Mais aussi de la produire et de la diffuser. « Le podcast, c'est de la radio sur mesure, que l'on écoute selon son rythme, ses humeurs. Un média de passionnés qui pourrait devenir un média de masse, avec une audience de masse », soutient Mathieu Gallet. L'ancien patron de l'INA et président de Radio France, dont il fut licencié sèchement en janvier 2018, s'est transformé en lanceur de start-up.

Ce que l'on vit aujourd'hui avec le podcast, c'est ce que l'on a vécu il y a 20 ans avec les blogueurs pour l'écrit, il y a 10 ans pour les youtubeurs avec la vidéo

Lancée la semaine dernière sur les « stores » mobiles (Apple et Android) de 50 pays, sa nouvelle application Majelan, co-fondée avec l'entrepreneur Arthur Perticoz, ambitionne, ni plus ni moins, de remplacer la planète sur l'écoute. En particulier la plus jeune, celle qui a déserté le poste.

Avec son système de recommandations personnalisées, fruit d'un mix entre un algorithme propriétaire et de « l'éditorialisation humaine », l'application peut difficilement résister au raccourci facile de « Netflix de l'audio nar ». A part le fait de laisser tomber la cravate et le costume gris, cela change quoi de passer du statut de patron de service public à celui de lanceur de start-up ?

On est arrivé en 6 mois à faire un tour de table et convaincre des investisseurs, des business angels. On n'avait pas de bureau, juste un salarié. Six mois après, on a réussi à sortir ce

produit, employer 25 personnes, enregistrer 20 programmes dans nos studios et sortir dans 50 pays. Ce que j'apprécie beaucoup dans ma nouvelle vie d'entrepreneur, c'est cette rapidité d'exécution et d'agilité. C'est cela qui

ratif ». Pas de musique, donc, ce qui la différencie par exemple de Spotify, dont elle reprend néanmoins les standards d'expérience utilisateurs. Et comme Spotify, qui a mis 10 ans avant d'atteindre son seuil de rentabilité, la start-up est entrée dans une phase de conquête de parts de marché.

Le podcast, c'est la nouvelle radio ?

Ce que l'on vit aujourd'hui avec le podcast, c'est ce que l'on a vécu il y a 20 ans avec les blogueurs pour l'écrit, il y a 10 ans pour les youtu-

permet de réaliser ce que l'on n'arriverait pas à faire dans une boîte « corporate ». C'est une aventure géniale.

On sait qu'en France, Macron a lancé un vaste chantier de relente de l'audiovisuel public. La question d'un patron pour le chapeauter se posera un jour. Vous serez candidat ?

Je pense que lorsque l'on a goûté à la liberté de l'entrepreneuriat, c'est difficile de revenir dans une grosse structure. A 42 ans, c'est une nouvelle page. Le retour en arrière n'est plus possible. PH.L.

beurs avec la vidéo. Aujourd'hui, on assiste à un phénomène d'appropriation individuelle du média radio. Chacun peut s'autoproduire et diffuser ses contenus via des plateformes gratuites, comme Majelan.

Quel est le principe de l'application ? Vous êtes le Netflix du podcast ?

C'est un agrégateur de contenus audio non musicaux. L'application permet de retrouver 285.000 programmes, soit plus de 13 millions d'épisodes dans une quinzaine de langues, puisque Majelan est sorti simultanément dans 50 pays, dont la Belgique. La page d'accueil est éditorialisée pour mettre en avant certains contenus. Nos propres algorithmes permettent aussi de personnaliser les propositions en fonction des habitudes d'écoutes.

Majelan, c'est un média, ou une technologie ?

Nous sommes avant tout une boîte de tech, pas une boîte médias. Le dernier, nous avons levé 4 millions d'euros de fonds. Ils financent essentiellement la plateforme, le mo-

teur de recherche, les algorithmes propriétaires...

Comme disait « Libé », un des effets de bords inattendus de la révolu-

Le podcast, c'est vraiment une nouvelle jeunesse pour la radio, une façon aussi de toucher un public plus jeune qui n'écoute pas la radio linéaire, comme ils ne regardent plus la télé linéaire

tion numérique, c'est que Michel Drucker ou Claire Chazal vont lire du Maupassant pour Mathieu Gallet. Car Majelan produit aussi des contenus payants.

99,9 % des contenus sont gratuits. Ils proviennent soit des radios (le replay), soit ce sont des podcasts « native » (produits par des studios ou des podcasteurs indépendants).

Il reste 0,1 % logé dans Majelan+, la partie payante de l'application (4,99 € par mois ou achat à l'acte), où vous pouvez découvrir une vingtaine de programmes produits et distribués par Majelan, comme cette collection de nouvelles de Maupassant. Ici, on se rapproche du livre audio. Car, effectivement, sur Majelan+, notre but est d'être la plateforme de référence pour l'audio narratif.

Votre modèle ne repose pas sur la publicité...

Effectivement, nous agrégeons les flux, mais nous n'y touchons pas. Il n'y a donc pas de pub en plus. Il n'y a pas de pub en moins non plus. Notre seul modèle aujourd'hui, repose sur l'abonnement à Majelan+ ou le télé-chargement à l'acte.

Si l'offre de podcasts explose, y a-t-il pour autant un marché ?

On a été très inspiré par ce qui se fait en Chine, où le marché, en 2017, pesait plus de 7 milliards de dollars. C'est un marché qui repose majoritairement sur l'abonnement payant, essentiellement sur des contenus liés au bien-être, à l'apprentissage. Nous croyons beaucoup à cette verticale de production, qui permet de rendre utiles des moments de la journée un peu perdus. Aux Etats-Unis, un tiers des Américains écoutent des podcasts chaque mois. En France, on estime qu'ils sont 5 millions, avec une croissance très

forte. Le podcast, c'est vraiment une nouvelle jeunesse pour la radio, une façon aussi de toucher un public plus jeune qui n'écoute pas la radio linéaire, comme ils ne regardent plus la télé linéaire.

La Belgique est un marché important pour vous ?

Oui, comme tous les marchés où le français est la langue officielle. Où tous ceux, comme les Etats-Unis, où résident d'importantes communautés de Français. Notre but, ce n'est pas d'être une plateforme française, mais un leader international.

Gratuit et libre service, chou vert et vert chou ?

Radio France et Mathieu Gallet ne sont décidément plus sur la même longueur d'ondes. À peine Majelan a-t-il été lancé que son ancienne maison a exigé le retrait des contenus de Radio France. « Le service public n'a pas vocation à servir de produit d'appel pour des acteurs privés qui commercialisent ensuite leurs propres contenus concurrents des nôtres », tempête, dans un entretien au *Monde*, Sybille Veil, désormais à la tête de la radio. Cela grogne aussi du côté de certains créateurs de podcasts qui reprochent à Majelan de reprendre leur contenu sans consentement. « On confond gratuit et libre service », disent-ils en substance.

De son côté, Mathieu Gallet persiste : « Ce sont des flux publics, ce qui est gratuit partout doit être partout sur Majelan. Il y a une cinquantaine de plateformes dans le monde qui indexent les flux de Radio France. Il y a aussi un principe d'équité. Il ne faudrait pas que nous soyons pénalisés parce que nous sommes français. Nous sommes une technologie libre et gratuite. » PH.L.