

Le Qatar du sport va s'installer à Genève

Implantation Ouverture d'une représentation au bout du lac; congrès mondial en septembre: une fondation qatarienne, l'International Center for Sport Security, veut se rapprocher de la FIFA et de l'UEFA.

Très prochainement, cette fondation qatarienne, domiciliée à Doha, va ouvrir une représentation à Genève. Elle va surtout organiser au bout du lac Léman sa première conférence mondiale, en septembre prochain, baptisée Financial Integrity and Transparency in Sport (FITS). Le CEO de l'International Center of Sport Security (ICSS), Manuel Medeiros, vient de déclarer, dans *L'Agefi*, que son arrivée «avait été très bien accueillie par les autorités genevoises», un fait que nous a confirmé François Longchamp, président du Conseil d'Etat genevois. «Cette rencontre fut l'occasion, nous déclare-t-il, de souligner la satisfaction et le soutien des autorités genevoises à leur démarche et à leur implantation à Genève».

C'est comme si le scandale de la FIFA et l'attribution de la Coupe du monde de football 2022 au Qatar n'étaient pas passés par là... «C'est clair, nous affirme Hasni Abidi, directeur du Centre d'études et de recherche sur le monde arabe et méditerranéen (CERMAM) à Genève, l'émirat a un gros problème d'image. Pour corriger cela, il y consacre des moyens illimités.» Dès lors, dans le lobbying du Qatar, il faudra compter avec

l'ICSS. Sachant qu'il allait se trouver sous les feux de la rampe, l'émir du Qatar Hamad bin Khalifa Al Thani a fondé, en janvier 2011, cette institution dédiée à l'éthique et à la sécurité dans le sport, un mois à peine après l'attribution au Qatar de la Coupe du monde de football 2022. «Le Matin Dimanche» a questionné à ce sujet l'ICSS. Sa demande est restée sans réponse.

Si les montants consentis pour cette énième fondation de promotion marketing du Qatar ne sont pas connus, ils ont visiblement été distribués sans compter dès 2011. Quarante employés sont aujourd'hui actifs au sein de l'ICSS, auxquels s'ajoutent neuf membres très prestigieux du conseil de fondation et huit membres de la direction générale, sous la conduite du Qatarien Mohammed Hanzab, ancien lieutenant dans les forces aériennes.

De l'Advisory Board (le conseil de fondation) à la direction générale, on ne trouve ainsi que d'anciens cadres supérieurs d'Interpol, de la FIFA, de l'UEFA, des Nations Unies ou du Comité international olympique (CIO), tous engagés pour mener le combat contre la corruption dans le sport. «L'émir du Qatar a fait du sport son cheval de bataille, déclare encore Hasni Abidi. Or, suite aux scandales actuels de la FIFA, le Qatar sur la défensive.» Quoi de mieux, dès lors, que de se rapprocher du siège de la Fédération mondiale du football en Suisse? **Elisabeth Eckert**



Dick Costolo cédera la place de CEO de Twitter au cofondateur Jack Dorsey le 1er juillet. Francois G. Durand/Getty Images

Sur Twitter, les trois quarts des inscrits ont perdu le fil

Réseaux sociaux Le site de microblogging compte un noyau de fidèles, mais le grand public s'y sent exclu ou s'y ennue.

Ivan Radja

ivan.radja@lematindimanche.ch

Complexe, aride, frustrant: le site de microblogging Twitter laisse la plupart des utilisateurs sur la touche. Depuis sa création en 2006, on estime à 1 milliard le nombre d'utilisations uniques, après quoi les inscrits effacent leur compte ou le laissent dériver dans la blogosphère. Twitter est atteint d'une tare rédhibitoire, analyse Sami Coll, sociologue à l'Université de Lausanne: «Il y a un noyau d'utilisateurs réguliers, et les autres. En raison de son fonctionnement propre, notamment que tout le monde peut suivre un contributeur sans acceptation ou invitation au préalable de ce dernier, il marche bien dans le monde politique, médiatique ou scientifique, mais le grand public, qui veut filtrer ses publications, n'y trouve pas son compte.»

Sauf que les investisseurs, affamés, perdent patience devant le joli plat vide de tout bénéfice. Avec 578 millions de pertes en 2014, le petit oiseau bleu ne séduit plus. Son CEO, Dick Costolo, vient d'être remercié. Il sera remplacé par intérim dès le 1er juillet par l'un des cofondateurs, Jack Dorsey, en attendant l'homme - ou la femme - de la situation. «Les investisseurs n'ont pas tous la culture de la start-up. C'est une économie de la promesse. On investit dans une société 2.0 avec l'espoir que cela aboutisse à quelque chose», rappelle Olivier Glassey. Il peut y avoir décalage entre l'attente des uns et la logique des autres.

Lorsque ce type d'entreprise, dont l'essor premier est souvent appuyé par des mécènes, les «business angels», fait son entrée en bourse (Twitter y est valorisé à 23 milliards de dollars), le principe de réalité peut se révéler brutal. «On manque encore d'outils pour évaluer les performances d'une start-up, si l'on cherche à les cal-

quer sur la courbe exponentielle d'une boîte traditionnelle», souligne Olivier Glassey, sociologue des nouveaux médias. Facebook aussi a connu ses trous d'air et la méfiance des actionnaires. Mais il pèse aujourd'hui 1,4 milliard d'utilisateurs, quand Twitter n'en compte «que» 302 millions, loin des prévisions qui tablaient sur 400 millions à fin 2013. Et 75% de ces utilisateurs sont passifs.

Dépassé par WhatsApp

Les jeunes n'ont pas pris le virage de ce microblogging. «Ils ont quitté Facebook car leurs parents y étaient, ont essayé Twitter, mais comme il ne permet pas les groupes fermés, que l'on rejoint en y étant invité, ils l'ont vite délaissé», rappelle Sami Coll. Au profit d'Instagram (310 millions d'utilisateurs), Snapchat (200 millions) et surtout WhatsApp (800 millions), racheté par Facebook, qui voyait ce flux lui échapper. Plus important: hormis le noyau dur de certaines professions, les internautes, jeunes en tête, s'y en-

nuent, le désertent ou y postent des commentaires sur leur ennui. Ce cercle vicieux fait bondir le sociologue Dominique Wolton: «Ces réseaux sont une tromperie sur la marchandise! L'ennui est universel, nul besoin d'être Werther pour l'éprouver. La malhonnêteté, c'est de faire croire que ces plates-formes, qui ne sont que des tuyaux, vont y suppléer.» Qu'ils s'y ennuient est selon lui un signe encourageant. «On ne va tout de même pas attendre que les grandes compagnies du Web 2.0 leur reprochent d'être la cause de leur manque à gagner.»

«L'ennui est universel. La malhonnêteté, c'est de faire croire que ces plateformes, qui ne sont que des tuyaux, vont y suppléer»

Dominique Wolton, spécialiste en sciences de la communication

Twitter est une sorte de gigantesque sondage permanent, qui capte les «signaux faibles», annonceurs des nouvelles tendances. Leur monétarisation est complexe, constate Olivier Glassey: «Twitter vend parfois l'accès à ses données, par exemple l'ensemble des tweets émis tel jour sur tel sujet.» Il y a aussi des pubs «qui ressemblent à des tweets, un peu comme les publi-reportages de la presse, mais cela énerve les gens», estime Sami Coll. Autre problème du site: il réfère sans cesse à d'autres supports. «On ne cesse de sortir de Twitter, qui renvoie vers de l'actualité mais ne la contient pas», insiste Olivier Glassey. Ces derniers mois, Dick Costolo a tenté de corriger le tir en intégrant les vidéos dans les tweets, et en décidant d'allonger la longueur des textes de 140 à 1000 caractères. «La ligne est tenue, avertit Sami Coll. S'il devient un sous-Facebook, Twitter se fera avaler tout cru. Il doit se réinventer tout en gardant sa spécificité. Mais en ce moment, il est en situation de blocage.»



Mohammed Hanzab, ancien militaire, a pris la direction de la représentation de la fondation du Qatar. Fadi Al-Assaad/Reuters

Publicité

Le Centre de Procréation Médicalement Assistée (CPMA) Lausanne et ses médecins

Dr. méd. Marc Germond, Dr. méd. Daniel Wirthner, Dr. méd. Alexandre Megalo, Dr. méd. Célia Targa, Dr. méd. Marysa Emery, Dr. méd. Marc Wisard

ont le plaisir d'annoncer le renforcement de leur équipe médicale

Madame PD Dr. méd. Dorothea Wunder

FMH Gynécologue-Obstétrique, Formation approfondie en Médecine de la Reproduction et Endocrinologie Gynécologique

A rejoint le CPMA au 1^{er} avril 2015

- Privat-docent des Universités de Lausanne et de Berne
- Précédemment Médecin-chef de l'Unité de Médecine de Reproduction et d'Endocrinologie Gynécologique, Département de Gynécologie-Obstétrique du CHUV
- Ancien Médecin-cadre à l'Unité de Médecine de Reproduction et Endocrinologie Gynécologique, Hôpital Universitaire Inselspital Bern
- Membre des Comités de la Société suisse de Médecine de la Reproduction, de la Société suisse de ménopause, de AGER et de GUMEK.

CPMA^{SA}, Rue de la Vigie 5 · 1003 Lausanne
+ 41 21 321 15 80
cpma@cpma.ch · http://www.cpma.ch



Twitter en quelques chiffres



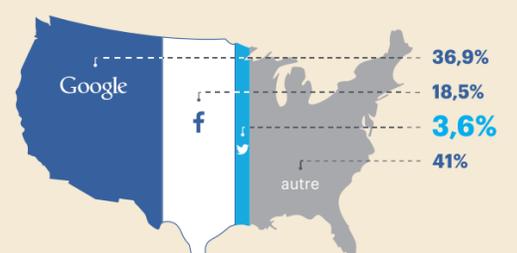
Croissance annuelle

2012 **50%**
2014 **18%**

Pertes

2014 **578 mios** \$
* 533 mios CHF

Part du marché publicitaire aux Etats-Unis



75% des membres de Twitter ne sont pas actifs

SOURCES: EMARKETER, MEDIAVISION