



PRÉSENTATIONS

00

Un journal LGBT et + si affinités

Le nouveau média en ligne **Komitid**, destiné aux minorités sexuelles, veut aussi intéresser une génération concernée par les questions de genre. Par **Christine LAMIABLE** Photo **Julien BOURGEOIS**

La petite équipe du nouveau site d'info Komitid, le 6 juin dans ses locaux de Montreuil.



@CLAMIABLE

On est tenté de commencer par le petit bout de la lorgnette. Le dévideur de ruban adhésif en forme de licorne rose. Le rainbow flag accroché à une armoire... Mais ces attributs queer disséminés dans le petit bureau de la rédaction de Komitid, à Montreuil, ne disent pas tout de ce nouveau site d'information. Certes, il ambitionne de devenir le « média de référence » sur les questions qui concernent les personnes LGBT (lesbiennes, gays, bi et trans) et autres minorités sexuelles (d'où le +). Mais, comme l'explique Anne-

Laure Pineau, 33 ans, l'une des six journalistes, « nous nous adressons aussi aux hétéros de notre génération qui considèrent que nos luttes sont les leurs ». Komitid a été créé le 23 avril par Connection, un éditeur multimédia dont certains services s'adressent déjà à la communauté homo, comme le site Gaypride.fr ou des applications de rencontre. « Mais l'intérêt de Connection pour les médias ne date pas d'hier », précise Jean-Benoît Richard, 56 ans, rédacteur en chef de Komitid. L'éditeur a précédemment investi dans Mediapart, Terra eco ou encore

Yagg... « La création de Komitid est un défi énorme, reconnaît Jean-Benoît Richard. Mais les médias LGBT ont ceci de nécessaire qu'ils font le ciment entre les différentes composantes de la communauté. » Au menu : de courts articles informatifs sur la communauté LGBT+ et des vidéos en accès libre sur le site et les réseaux sociaux. Mais aussi des enquêtes fouillées sur, par exemple, les parcours des transgenres ou les conséquences du Brexit sur les homos. Pour les lire, il faut payer 4,50 € par mois, ou 40 € par an.

DÉVOUÉ À LA CAUSE

Komitid tire son nom de *Committed To The Cause* (dévoué à la cause), du groupe suédois The Radio Dept. Un journal engagé, donc une rédaction militante ? « Si nous le sommes, c'est uniquement dans le choix des sujets, précise Fabien Jannic-Cherbonnel, 28 ans. Notre boulot, c'est d'enquêter sur des sujets que les médias généralistes maîtrisent en général mal. Au sein de la rédaction, il n'est pas certain que nous soyons tous d'accord sur la gestation pour autrui, mais cela ne nous empêchera pas de traiter de façon positive les couples qui y ont eu recours. » Jean-Benoît Richard se refuse à communiquer des chiffres, mais après deux mois d'existence du site, il évoque « de bonnes statistiques de consultation ». Pour Jean-Marie Charon, sociologue spécialisé dans l'étude des médias, un des enjeux des projets éditoriaux actuels réside dans « la capacité à diffuser des infos que l'on ne trouve pas ailleurs ». Alors que *Têtu* a annoncé sa renaissance sur Internet, l'avenir dira si Komitid a la capacité de devenir le média pivot des LGBT+. ●