

Clubhouse, la nouvelle application audio qui fait fureur dans la Silicon Valley

En un mois, le service est devenu le nouveau marqueur social de l'élite de la Tech californienne. La plateforme, accessible uniquement par invitation pour le moment, propose aux participants de discuter entre eux à l'oral, sans vidéo. Ces sortes d'émissions radio improvisées permettent aussi de « networker » à distance, une possibilité très appréciée avec le confinement.

12/05/2020



15 heures et 26 minutes. Sur Twitter, Sriram Krishnan, un entrepreneur ayant fait ses classes chez Facebook, Twitter et Snap, affiche fièrement une capture d'écran montrant le temps qu'il a passé sur Clubhouse lors de sa première semaine sur l'application. La plateforme de conversations audio devance largement Whatsapp, la messagerie de Facebook, qu'il a utilisé pendant sept heures.

« *Première fois que je perds littéralement le sommeil avec une application* », renchérit Nirav Savjani, ancien manager produit chez Google et Facebook, qui y a lui consacré 28 heures et 2 minutes la semaine du 20 avril. Avant qu'un développeur de 17 ans brise le record avec... 36 heures et 50 minutes !

En un mois, Clubhouse est devenu le nouveau marqueur social de l'élite de la Silicon Valley. Comme [Superhuman, un service d'e-mails avec des fonctionnalités avancées](#), l'application, qui n'a pas de site web, n'est accessible que sur invitation pour le moment. Et son PDG l'ouvre principalement aux « super users » technologiques... au désespoir de nombreux internautes, qui se plaignent d'un sentiment de « FOMO » (« fear of missing out » ou peur de passer à côté).

Emissions radios improvisées

Lancée au printemps, la plateforme permet aux heureux élus de rejoindre des « chat rooms » où plusieurs participants discutent entre eux à l'oral, sans vidéo. Ils peuvent simplement écouter la conversation ou y prendre part en y étant invité ou en levant la main. Résultat : des sortes d'émissions radio improvisées, qui permettent aussi de « networker » à distance, une possibilité très appréciée avec le confinement. Le cofondateur d'Instagram et les PDG de Shopify et de Reddit y ont fait des apparitions, tout comme le célèbre investisseur Marc Andreessen, qui a opté pour le pseudonyme Mycroft Amsterdam, une référence à Sherlock Holmes, rapporte le site Protocol.

Chaque « techie » y va désormais de son thread Twitter, de son dessin, ou de son post Medium pour expliquer pourquoi cette application pourrait devenir « LE » nouveau réseau social. « *Clubhouse fonctionne parce que c'est un entre-deux entre un podcast et une fête* », estime Nathan Baschez, l'auteur d'une newsletter sur les stratégies d'entreprises très suivie dans la Valley. Sauf que la durée d'écoute et la régularité de connexion seraient plus importantes sur Clubhouse que pour les podcasts, car le contenu n'est accessible qu'au moment où il est produit. Un côté éphémère similaire à une story Instagram.

Quid de l'après-confinement ?

L'application a été cofondée par Paul Davison, un entrepreneur qui a lancé de nombreuses applications mobiles, sans succès fulgurant jusqu'ici. En 2012, il crée Highlight, une application de rencontres fondée sur la proximité géographique, qui a connu un petit succès au [festival South by Southwest](#) en 2012, avant de décliner. En 2016, il invente Shorts, une application un brin voyeuriste visant partager la totalité ses photos avec des inconnus, avant que son équipe intègre Pinterest en 2016. En fin d'année dernière, il lance Talk Show, une application permettant d'inviter un ami à enregistrer une discussion en direct puis à la diffuser, avant de pivoter vers Clubhouse.

La firme, qui ne communique pas sur ses financements mais a déjà levé de l'argent selon « The Information », réussira-t-elle à séduire en dehors des techies et une fois le confinement passé ? « *Je peux imaginer un monde où chaque sous-culture a plusieurs « rooms » à un temps T* », estime Nathan Baschez. « *Nous portons tous des AirPods en permanence. Ils constituent une nouvelle plateforme dans vos oreilles quand vous passez d'une chose à une autre* », met en avant Kara Nortman, associée chez Upfront Ventures, sur « Business insider »

Brianne Kimmel, fondatrice de Work Life Ventures, est plus sceptique : « *Quand le monde va rouvrir, les gens vont avoir moins de temps à passer sur ce genre de choses. C'est plus difficile de participer à une plateforme audio interactive pendant sa journée de travail* ».

Anaïs Moutot (Correspondante à San Francisco)