

Extrait du Internet : Cultures et Communication

<http://filipe.f.ferreira.free.fr/dlst>

Interview avec Eric Mettout, directeur adjoint de la rédaction de L'Express

- DLST Mag' - Comment les réseaux sociaux changent-ils le journalisme ? -

Date de mise en ligne : mercredi 11 décembre 2013

Internet : Cultures et Communication

Afin de vous proposer une immersion totale dans les nombreux liens existants entre Twitter et la profession de journaliste, je suis allé à la rencontre d'un professionnel ayant déjà réalisé quelques articles à ce sujet. Ce dernier n'est autre qu'Eric Mettout, directeur adjoint de la rédaction de L'Express, grand magazine d'actualité hebdomadaire français.

Antoine Lebran : Depuis votre maîtrise d'information obtenue en 1983 jusqu'à votre nomination en tant que directeur adjoint de la rédaction de L'Express en 2011, vous avez gravi de nombreux échelons. Pouvez-vous nous raconter votre parcours ?

Eric Mettout : De nombreux échelons ? N'exagérons rien... J'ai d'abord fait des piges, deux longues années, puis atterri à SOS-Racisme, dont j'ai développé la radio, avant de la reprendre avec quatre amis et de la transformer en Ouï FM, où j'étais rédacteur en chef. L'expérience a pris fin avec de nouveaux actionnaires, au bout de cinq ans. J'ai alors travaillé un an à Radio Nova avant de changer de chemin et de faire le directeur littéraire chez les Humanoïdes Associés, jusqu'en 2000. Là, après m'avoir fait piger pour elle pendant deux ans, Corinne Denis m'a appelé comme rédacteur en chef adjoint du site Internet de L'Express. Je me suis développé avec le site : rédacteur en chef, puis directeur adjoint de la rédaction de L'Express, chargé du numérique.

A.L : En tant que directeur adjoint de rédaction, en quoi ressemble votre quotidien ?

E.M : Beaucoup de réunions, internes ou externes, avec les équipes du Web, les équipes du journal, des partenaires, des collègues et néanmoins concurrents, beaucoup de veille, de management, voire de RH, peu d'écriture, hélas. J'avais décrit mon quotidien de rédacteur en chef ici : http://blogs.lexpress.fr/nouvelleformule/2009/02/11/journee_type/

A.L : A quoi Twitter peut-il servir pour un journaliste ?

E.M : A tout. A faire de la veille sur l'actualité : Twitter annonce désormais les événements bien avant les agences. A suivre l'actualité : comme pendant les printemps arabes, nombre d'informations circulent sur les réseaux sociaux. A construire et entretenir son réseau : dans un certain nombre de domaines, les décideurs sont là, et nos sources aussi. En y étant légitime, vous apparaissez légitimes à leurs yeux. A faire de l'affichage : pour vous, votre titre, Twitter est un canal de diffusion (moins que Facebook, mais très important quand même). A soigner sa réputation (voire son ego) : ce qu'on appelle le personal branding. Professionnellement, c'est important.

A.L : Comment peut-il s'en servir correctement ?

E.M : En s'en servant. Il n'y a pas d'autres solutions : repérer les bons interlocuteurs, les suivre, les retweeter, s'en faire repérer en postant des choses intéressantes, en s'engueulant avec eux, etc. En pratiquant assidûment.

A.L : Vous êtes dans le métier depuis 1983, vous avez donc pu connaître un « avant » et un « après » Twitter. Qu'a apporté ce réseau social au journalisme ?

E.M : Pas Twitter seulement, Internet ! Comme source inépuisable d'information et de réseau. Twitter, et plus largement les réseaux sociaux, ont surtout changé nos rapports à nos sources.

A.L : Pour finir, Twitter est-il l'outil parfait ou lui manque-t-il encore certaines fonctionnalités ? Lesquelles ?

E.M : Il n'y a pas d'outil parfait. C'est le meilleur pour faire ce que je décris ci-dessus... jusqu'à ce que le suivant le chasse. Mais par exemple, Facebook est plus adapté à la diffusion et à l'affichage, LinkedIn aux relations professionnelles, Tumb'l'R aux images, etc.

A.L : Merci de m'avoir accordé de votre temps