

4 questions à Eric Meyer, rédacteur en chef de GEO



Le mercredi 26 mai, GEO (Prisma Media) opérait plusieurs changements dans son magazine mensuel. Au-delà d'un simple changement de maquette, cette nouvelle formule (6,50 € ; codification : 16987) permettra désormais à la parution de mieux coller aux nouvelles thématiques du voyage au 21e siècle. Eric Meyer, rédacteur en chef de la revue, revient pour nous sur cette nécessité de se renouveler.

Pour parler de ce nouveau GEO, l'expression « nouvelle formule » a été utilisée. Vous avez personnellement choisi un autre terme ?

Le terme de nouvelle formule est utilisée très fréquemment et un peu à tort et à travers. Je l'estime un peu galvaudé. On qualifie de nouvelle formule souvent des changements graphiques, des liftings, des changements de couleurs. A GEO, nous avons voulu faire un travail en profondeur sur les nouvelles séquences, voire des nouvelles rubriques. J'aime mieux le mot « séquence » que « rubrique » d'ailleurs. Il y a un vrai travail qui ne se voit pas forcément au premier coup d'œil uniquement sur la couverture.

Qu'est ce qui a motivé votre choix de changement ? Quelles sont vos idées directrices ?

On pourrait penser de prime abord que la période que l'on vient de vivre a remis en cause plein de choses. Et notamment notre rapport au voyage. Et donc que nous avons fait des changements à cause de cela. Mais il y avait d'autres problématiques déjà présentes

auparavant qui nous intéressaient, tout comme les lecteurs : le dérèglement climatique, la pollution, la gestion des déchets, le sur-tourisme... C'était l'occasion, en 2021, de traduire ces préoccupations qui sont des marqueurs de société dans le magazine.

Doit-on s'attendre à beaucoup de changement ?

Evidemment, nous n'avons pas tout bouleversé. Nous avons conservé les forces de GEO comme le reportage sur le terrain. Dans notre société où nous avons les yeux sur les écrans et des intermédiaires entre nous, l'expérience directe du reporter est toujours quelque chose de précieux. Il y a six grands piliers dans le nouveau GEO. Avec un parti pris de longues séquences. Nous ne faisons pas de zapping. Nous voulons que le lecteur, lorsqu'il lit le magazine, se repose, se détende, ait du plaisir et donc sorte du rythme effréné de l'information continue dans lequel il est.

Le nouveau GEO s'articule donc autour de 6 grands piliers. Pouvez-vous nous en parler un peu plus ?

Le premier, c'est bien sûr le « dossier de couverture ». Qui représente la fonction historique de GEO. A savoir l'évasion et l'envie d'ailleurs. Nous l'inscrivons de façon plus marquée dans l'air du temps.

Ensuite nous avons une nouvelle séquence qui s'appelle « Esprit d'aventure », qui est dédiée à des sujets qui alimentent l'appétit des gens pour voyager. Aujourd'hui, de nombreux lecteurs nous disent qu'ils ne veulent plus voyager juste pour voyager. Il faut que le voyage ait une finalité autre. Culturelle, humaine, scientifique, environnementale ou physique. Nous allons dans ce sens ici.

La troisième séquence est pensée comme un grand spectacle photo, sous le titre « L'oeil du photographe ». Nous livrons à nos lecteurs un travail photo exceptionnel. Malgré Instagram et toutes les photos qui circulent, ils méritent quelque chose de grandiose. Il s'agira d'un portfolio légendé. Mais avec très peu de texte. Les photos doivent parler d'elles-mêmes. Et provoquer des émotions.

Nous inaugurons aussi une séquence sur la nature, la planète, l'environnement, qui s'appelle « Une planète à protéger ». Bien sûr, nous faisons déjà des articles sur ces thématiques. Mais ici, nous sanctuarisons tout cela avec une place plus marquée. Nous en parlons, mais de façon constructive et pas que positive.

Encore une nouvelle séquence avec le « Grand entretien ». Avec une personnalité qui entre dans les territoires éditoriaux de GEO. Nous l'avons voulue longue (six pages). Nous entrons dans les détails, et nous allons parfois volontairement à contre-courant de la pensée dominante. Et toujours avec des personnalités qui ne sont pas celles qui parlent tout le temps dans les médias.

Enfin, nous le faisons mais nous le maintenons car cela est une marque de fabrique du magazine. « Ce monde qui change » remplace le « Grand reportage ». Et a pour but de raconter le nouveau monde.

Mentions légales

Source URL: <https://unionpresse.fr/4-questions-eric-meyer-redacteur-en-chef-de-geo>