« Trier, hiérarchiser et opérer un choix »

Interview avec Chris Mathieu, rédacteur en chef de L'essentiel Online, sur les contenus et l'évolution de ce site

Plus que ses concurrents, L'essentiel Online mise sur la rapidité de l'information. Votre audience et votre succès sur Facebook et Twitter semblent vous donner raison dans votre stratégie. Le journalisme peut-il se réduire à livrer des informations rapides à l'état brut?

Chris Mathieu : Pour nous, la question se pose différemment. Nous traitons l'information en temps réel, ce qui nous permet effectivement d'être non seulement très souvent les premiers sur l'actualité, qu'elle soit luxembourgeoise ou internationale, mais aussi les premiers à la développer sous tous ses angles avec toutes ses facettes. Nous proposons ainsi à nos lecteurs une vision de l'actualité efficace, mais aussi une profondeur et une variété servies par les outils du web, capables d'allier au texte l'image et le son. Le succès de cette formule ne se lit pas seulement sur les réseaux sociaux, il se mesure aussi sur le temps effectif moyen qu'un internaute consacre à la lecture des articles et des reportages parus sur notre site. Aucun autre site d'information au Luxembourg ne recense une durée de présence moyenne aussi longue par internaute que L'essentiel Online.

Il ne suffit pas de diffuser des informations brutes sur le web pour rencontrer l'aval des internautes. Nous devons trier, hiérarchiser et opérer un choix face à l'actualité qui nous est livrée en continue par les dépêches d'agences, mais aussi par les réseaux sociaux comme Twitter ou Facebook, ou encore les courriels que nous recevons de la part des communicants de la vie économique, politique et culturelle, le tout dans le respect de notre ligne éditoriale qui privilégie l'information factuelle sans partis pris. Le journalisme web est malheureusement encore très sous-estimé par de nombreux médias classiques, comme si le journaliste web était un collègue de seconde classe. Pourtant, il doit faire plus et plus vite tout en présentant la même conscience professionnelle. En quelques clics le journaliste web peut toucher instantanément des dizaines de milliers de lecteurs, cela forge le sens des responsabilités.

Notre objectif est d'être le média de référence, pour les jeunes actifs urbains qu'ils soient Luxembourgeois, résidents étrangers ou frontaliers.

Vos lecteurs sont des jeunes, des frontaliers et apparemment en majorité francophones. Votre ligne éditoriale est-elle influencée par cette audience spécifique?

C. M. : Notre objectif est d'être le média de référence, pour les jeunes actifs urbains qu'ils soient Luxembourgeois, résidents étrangers ou frontaliers. Notre ligne éditoriale a été définie en fonction de cet objectif. Le Luxembourg se caractérise par le poids des étrangers dans la population résidente et par l'impact des frontaliers sur la population active. Tous ces paramètres sont intégrés dans nos réflexions et dans notre culture de rédaction.

Le site de L'essentiel Online s'appuie sur une rédaction francophone et une rédaction germanophone, ce qui nous permet de balayer un large éventail de l'actualité pour nos lecteurs luxembourgeois, qui sont pour la plupart trilingues. Notre cœur de lectorat se situe dans la tranche d'âge des 15 à 49 ans. Celle-ci est généralement très au fait non seulement de l'actualité luxembourgeoise, mais aussi de l'actualité francophone et germanophone. Nous avons défini une ligne éditoriale qui colle aux intérêts de ce lectorat cible en proposant à nos internautes un mix entre actualité chaude et actualité divertissante : ne rien rater de l'essentiel tout en profitant des clins d'oeils que nous offre la vie de tous les jours. Nos sujets sont inspirés par les news des agences, les sites d'information, mais aussi par la vie quotidienne de nos internautes sur les différents réseaux sociaux.

À quel point la versions papier et la version en ligne de L'essentiel sont-elles complémentaires?

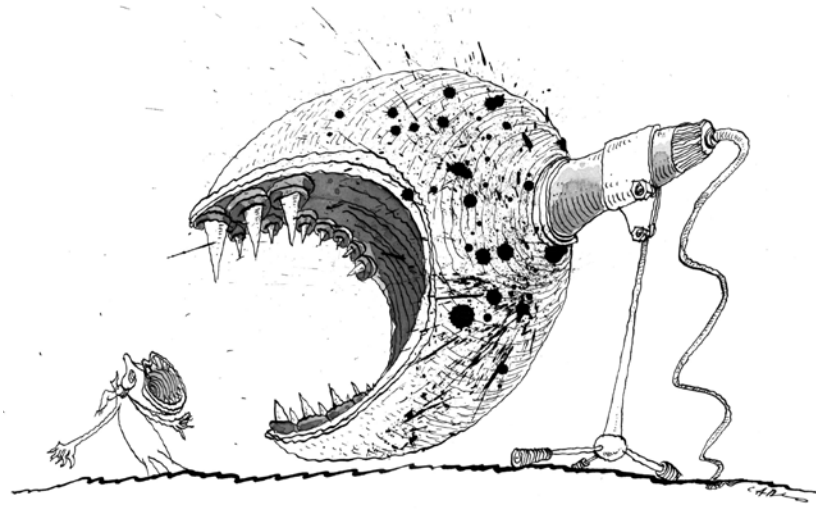
C. M. : Nos rédactions papiers et web coopèrent de manière très naturelle. Nous jouons tous les jours plusieurs fois la double passe : l'actualité se retrouve d'abord sur le site, en temps réel ; le lendemain, le lecteur en retrouvera des aspects plus développés avec des angles différents dans le journal. Ceci est également vrai dans le sens inverse : un scoop exclusif de la version papier surprend les lecteurs en matinée, et la rédaction web en développe les différents angles en cours de journée.

Physiquement nos rédactions sont regroupées sur un plateau unique favorisant l'échange, le dialogue et la cohérence de nos supports que nous jugeons complémentaires. Le journal papier est le compagnon de prédilection des jeunes actifs qui se déplacent pour rejoindre leur lieu de travail en matinée et qui cherchent une information rapide, précise et neutre. Le site internet et ses différentes composantes (les applications iPhone, Android, les tablettes) prend le relais tout au long de la journée grâce à une mise à jour de l'information en temps réel de 7h30 à 23h30. Pour certains, L'essentiel Online remplace déjà partiellement le papier. Pour vous donner quelques chiffres : *L'essentiel* version papier touchait en 2012 selon TNS ILRES 193 000 lecteurs par jour, alors que L'essentiel Online recensait sur la même période une moyenne de 38 200 lecteurs résidents par jour, dont 50 % se déclaraient lecteurs exclusifs du site.

Quelle est la part des contenus de L'essentiel Online qui proviennent des sites de la maison d'édition suisse Tamedia (qui tient des parts dans L'essentiel) ?

C. M. : Nous avons su développer avec nos actionnaires des échanges rédactionnels constructifs et profitables à tous les acteurs, c'est-à-dire notamment 20 Minuten à Zürich, 20 Minutes à Lausanne et Tageblatt.lu à Esch. Nous bénéficions ainsi de contributions rédactionnelles de nos partenaires en Suisse, et d'un pool de photographes d'Editpress. Si on prend exemple sur une rubrique sportive comme le cyclisme, nos collègues helvétiques peuvent notamment s'appuyer sur nos contributions concernant RadioSchack Leopard, les frères Schleck et bien sûr leur coureur fétiche Fabian Cancellara.

Quel média luxembourgeois ou de la Grande Région a les moyens d'entretenir des correspondants fixes à New York, Londres, Paris, Berlin, au Moyen Orient ou dans les pays asiatiques ? Rares sont les supports qui peuvent dépêcher des envoyés spéciaux sur les terrains de crise comme en Syrie ou en Lybie. Tout le monde cherche à combler ces lacunes en traitant



les dépêches des agences internationales. En même temps, nous pouvons nous appuyer chez *L'essentiel* sur un réseau de partenaires qui offre notamment les services d'un correspondant à Hong-Kong, ce qui fait que nous avons p. ex. pu traiter les évènements autour de la catastrophe de Fukushima en première ligne.

De plus en plus de lecteurs consultent les sites d'informations via leur smartphone ou leur tablette. Or, il reste peu d'espace pour la publicité sur ces petits écrans. Est-ce que cette évolution pose un défi au financement d'un site gratuit?

C. M. : Le vrai défi sera pour les médias traditionnels (papier) de trouver un vrai modèle économique pour leurs activités en ligne, et ceci indépendemment du fait que le support papier soit payant ou gratuit. Pour nous la problématique d'un contenu payant sur le web ne se pose pas.

Le défi qui nous attend à l'avenir est de réussir les mêmes performances commerciales sur les téléphones dits intelligents, c'est à dire les smartphones, mais aussi sur les tablettes. Nos applications rencontrent un réel succès auprès de nos lecteurs, et la commercialisation de ces services auprès de nos annonceurs obtient un écho très favorable. D'ailleurs je puis déjà vous révéler ici que nous sommes en voie de lancer un nouveau produit qui devrait révolutionner le marché commercial sur les supports portables. Il a été développé sur le marché asiatique et nous serons le premier média européen à l'adopter.

Merci pour vos réponses ! ◆

Interview menée par courriel entre le 25 février et le 20 mars 2013.
LS