

Annexes

Annexe n°1 : Tableau des critères de détermination du capital journalistique

Annexe n°2 : Entretien Jordane G., journaliste Grazia.fr, rubrique people.

Annexe n°3: Entretien Francesca S., journaliste Grazia.fr, rubrique culture et société.

Annexe n°4 : Entretien Raphaëlle O., journaliste Grazia.fr, rubrique mode et beauté.

Annexe n°5 : Entretien Bérénice D., responsable éditoriale Grazia.fr.

Annexe n°6 : Power Point de la formation édito-web dispensée aux journalistes stagiaires du Grazia.fr

Annexe n°1 – Application des critères du capital journalistique à l’analyse du positionnement du journalisme web au sein de la hiérarchie professionnelle

Critères	Application au journalisme web
<i>Les capacités de production d’une information inédite et propre au média</i>	Dans les rédactions web, le nombre réduit de journalistes permanents est un obstacle majeur à la production d’une information à la fois originale et quantitativement importante. Le travail d’enquêtes, d’interview ou de reportage reste en effet exceptionnel.
<i>Le volume des citations et des reprises</i>	Les articles et sujets publiés sur Internet sont très peu cités et repris par d’autres médias. Cela se vérifie d’autant plus dans la presse féminine online qu’il s’agit d’une information la plupart du temps « froide »
<i>L’ancienneté et le passé du média</i>	Au site-titre ou site 100% Internet ne peut revendiquer d’historique particulièrement glorieux ou prestigieux en dépit d’une popularité indéniable. Ces médias sont en effet encore trop jeunes pour pouvoir se vanter d’une telle réputation.
<i>La capacité de prise de position</i>	Les rédactions de sites-titres prennent rarement position sur des sujets ou des phénomènes d’actualité. C’est d’ailleurs moins le journaliste que l’internaute qui est invité à donner son opinion sur les faits d’actualité à travers la possibilité de commenter ou « liker » un article du site. De plus du fait de la forte dépendance envers les annonceurs et de la nature de ses contenus, la presse féminine est peu à même de prendre des positions fortes.
<i>La signature de grands noms extérieurs à la rédaction :</i>	Cette pratique est pour le moment inexistante sur Internet mise à part la présence de lien hypertextes en direction de blogs célèbres sur certaines sites.
<i>La présence de diplômés d’écoles et d’écoles prestigieuses.</i>	Si l’on trouve de plus en plus de diplômés d’écoles de journalismes reconnues au sein des sites-titres, ils restent principalement concentrés dans ceux des grands quotidiens comme LeMonde.fr ou des hebdomadaires d’informations générales comme LePoint.fr. On en trouve beaucoup moins dans les sites-titres moins prestigieux, presse féminine comprise. D’ailleurs comme nous l’avons vu, aucune des journalistes du Grazia.fr ne sort de l’une de ces écoles.

Annexe n°2 : Entretien Jordane Guignon, journaliste people au Grazia.fr

- *Je voulais commencer par un truc : Jude Law qui il y a quelques jours attaquait Grazia, pour atteinte à la vie privée à cause de photos de lui et ses enfants publiées sur le site. J'aurais aimé savoir quelle a été ta réaction en tant que journaliste people.*

- Moi je travaille dans le people mais je connais très bien le droit à l'image tout ça, parce que moi, j'ai fait du droit. J'ai une base de juriste. Je sais que je parle de choses dont je ne devrais pas. Normalement, la presse people ne devrait même pas exister en France. Ca, c'est un point. Ce qui est bizarre dans le cas de Jude Law c'est qu'en fait ses avocats ont du chercher sur Google et ont mis la main sur une photo publiée il y a plus de deux ans. Et la photo existe toujours. On voit toujours ses enfants. Et moi, personnellement, je comprend qu'on n'ait pas le droit. On n'a pas le droit, on n'a pas le droit !

On n'a pas son consentement, on n'a pas le consentement de ses enfants, ses enfants sont mineurs. Normalement on n'a pas le droit, il faut « flouter » ses enfants. Après normalement je te dis, c'est une rubrique qui ne doit pas exister. Donc on fait avec les moyens du bord. On sait très bien que les américains n'attaquent pas, les anglais normalement n'attaquent pas, moi je sais que dans ma vie antérieure, j'ai eu des petites soucis avec Olivier Martinez et Diane Kruger. C'est vraiment difficile de trouver un bon équilibre. Parce que moi je m'empêche de faire des choses, notamment avec les stars françaises. Je préfère même pas y toucher. Par exemple dernièrement tu as eu l'exemple d'Olivier Sarkozy qui est avec la sœur Olsen, ça serait pas lui j'en parlerai sans problème. Mais comme c'est lui, je me dis, il y a toujours un doute, une possibilité qu'il se décide à attaquer toute la presse française, à envoyer... En fait ce que font les avocats, ils envoient une injonction à toutes les rédactions disant : « *on sait que des photos ont été prises de notre client machin, on vous interdit de les publier.* » J'avais reçu il y a trois, quatre ans une injonction des avocats de Brad Pitt qui interdisait la publication de photos, qui interdisait que des photographes s'approchent de la propriété...etc. Je l'ai reçu le truc. Moi j'avais rien fait sur le sujet, j'avais pas de photos... Mais donc en France c'est très difficile.

Après c'est du droit donc t'as un article qui dit que chacun a le droit à sa vie privée, chacun a son droit à l'image. Faut le respecter. Si tu fais de la presse people, tu peux pas. Moi j'essaie toujours de nuancer, d'utiliser le conditionnel, bien dire mes sources. Faut pas hésiter à citer ses sources. Parce que si un avocat « chipotte », faudra bien leur montrer que moi j'ai utilisé le conditionnel et que j'ai bien citer ma source. Eux vont dire que tu permets, tu participes aussi, en fait, à propager la rumeur. C'est normal. Si tu dis que Brad Pitt a trompé Angelina Jolie, même si tu le dis en citant une source, tu le dis aussi. Après c'est vrai qu'en France faut faire très attention. C'est dommage mais je comprends. Parce que je me mets 2 minutes à la place des stars et je me dis que ça ne doit pas être évident.

-*Oui mais c'est paradoxal. D'un côté tu me dis que tu t'empêches de dire certaines choses etc... et en même tu es là, chez Grazia, en tant que journaliste people.*

- Oui mais faut savoir que je suis arrivée dans le people par hasard. Parce que moi à la base après mes études, j'ai fait du droit, je voulais faire de la presse télé. Donc moi j'ai commencé par la télévision. C'est un peu compliqué. J'étais sur Télé Poche. J'ai participé au lancement du site de Télé Poche et au bout d'un an ils ont commencé à virer les gens. Ils ne m'ont pas virée, mais ils m'ont dit tu vas sur Canal Star qui à l'époque était un pure player. Y'a pas de magazine, c'est juste un site d'info sur les peuples. Donc je me suis retrouvée à faire du people du jour au lendemain. J'ai rien demandé mais sinon j'étais virée. Mais ça ne m'a pas déplu car j'ai toujours beaucoup lu les magazines, un peu de tout. Moi la presse people j'en lis, je lis les quotidiens, la presse société... Donc moi, ça ne me dérangeait pas. Et comme j'ai une bonne mémoire, moi, c'est vrai que parler de people c'est un truc facile pour moi parce que je retiens. J'arrivais toujours à ressortir des trucs sur des gens. Et faut être honnête la presse people c'est très amusant, ça détend. Et je la vois aussi comme ça, comme quelque chose qui doit détendre les gens. C'est ça aussi mon but.

Moi au début quand j'étais sur Canal Star, au départ on était très nombreux. Y'avait un rédac chef, on était 3 rédacteurs, un icono, un webmaster... etc. Les gens sont partis les uns après les autres, volontairement ou non. Je me suis donc retrouvée toute seule à tout faire. Mais en fait ça m'a permis de faire un peu ce que j'avais envie, j'ai fait mon style et machin... Et moi j'ai beaucoup de recul sur ce que j'écris, c'est important d'avoir du recul sur ce qu'on écrit. Franchement, faut pas croire tout ce que tu lis. Moi parfois, ça me fait peur de voir ce que je lis sur les sites peuples, plus ou moins sérieux, français, ils ont aucun recul par rapport à ce qu'ils écrivent. Ils le prennent vraiment pour argent comptant. Par exemple, quand ils citent National Enquirer, c'est quand même le pire de ce qu'il se fait en presse people, mais vraiment ! Après ils ont aussi des informations qui se révèlent exactes, mais les trois quarts du temps c'est du pipeau, ils inventent. Et t'as l'impression que les gens n'ont absolument pas de recul. Et même sur des sites « sérieux » comme Elle.fr et tout ça... t'as envie de dire : « ils ne se disent pas qu'il y a un problème ? »

Alors moi je prends toujours des pincettes, j'aime bien m'amuser... Par exemple quand j'avais les rumeurs sur le mariage de Brad Pitt et Angelina Jolie, moi j'ai pris en compte toutes les rumeurs. Et en fait, au bout du compte, tout le monde pipotte et il n'y a rien de juste. Mais après, il faut le faire sur le ton un peu drôle, un peu comme faisait Voici il y a un certain temps. Ils étaient très second degré, surtout quand tu regardais les légendes des photos. Bon après on peut critiquer Voici et Closer. Closer est peut-être un peu plus premier degré. De toute façon, moi je m'en rend compte en lisant la presse française, la presse people déjà... eux ils parlent beaucoup de stars françaises. Eux ils se permettent, ils ont de l'argent pour payer les frais d'avocats, les dommages et intérêts. Nous on n'en a pas.

- Oui d'ailleurs j'ai remarqué tu te responsabilisais énormément. Par exemple avec la famille Casiraghi, tu te censurais énormément. Alors que tu pourrais te dire que finalement, c'est ton boulot de journaliste people d'en parler, en te disant que ça va faire du clics...

- Oui mais ça coûterait trop cher à la boîte. Ca vaut pas le coup en fait. Surtout que, faut savoir que les Monaco sont réputés pour que leurs revenus, en gros, ils ne le touchent que par ça. Ils attaquent Voici, ils attaquent Closer, ils attaqueraient Grazia même pour un truc qui serait vrai. En gros, quand tu as le droit à l'image, si tu ne donnes pas ton consentement, tu n'as pas être pris en photo. C'est aussi simple que ça. Donc eux ils s'en foutent, ils attaquent, ils attaquent, ils attaquent. La plupart du temps, ils gagnent. Et la plupart du temps c'est même pas des procès en diffamation. Mais moi je vais pas leur faire ce plaisir que Mondadori leur donne de l'argent. Evidemment, c'est tentant !

Sauf si c'est un truc très officiel. Par exemple Charlotte Casiraghi et Gad Elmaleh se font photographier volontairement, là c'est différent. Là tu peux dire qu'ils ont fait une apparition publique. Tant que ce n'est pas public, moi je ne dis rien. Même le frère Sarkozy il ne se cache pas, il s'affiche dans la rue et tout . Mais on sait jamais, il a peut-être des avocats en France et ses avocats peuvent en profiter pour dire « *C'est sa vie privée, vous avez mis des photos de lui photographié dans la rue, avec sa fille...* ». Parce que dans la presse américaine tu avais quand même des photos de lui avec sa fille non floutée. Elle doit avoir que 12 ans quand même sa fille. Et ça t'as pas le droit.

Et puis moi j'essaie aussi de faire comprendre aux gens qu'il faut pas croire, qu'il ne faut pas croire tout ce qu'on dit. Après j'ai l'impression d'avoir un peu de mal. (*rires*). Et ça je me dis que les gens devraient lire davantage ce que je fais pour qu'ils comprennent bien que voilà... Parce que les gens sont très premier degré. On écrit juste une accroche et les gens ne vont pas lire l'article. Mais bon, moi je m'amuse dans mon travail !

- *Avant d'être à Grazia donc tu me disais que tu étais à Canal Star ?*

- Oui donc c'est un pure player. Y'a même pas eu de V2. Et je faisais que du contenu people, que du potin, des trucs comme ça donc... Comme j'étais toute seule, je faisais tout. Je faisais l'icône, je faisais le webmastering. J'avais pas de budget photo donc pour les photos je galérais énormément. Oui, les journées étaient très longues. Surtout que comme j'étais toute seule, autant te dire que pour prendre mes vacances c'était un peu compliqué. C'était toujours une galère parce que quand je rentrais de vacances, mon remplaçant avait fait plus ou moins n'importe quoi donc je passais une journée à corriger, surtout au niveau technique c'était très compliqué. Par rapport à ça, ce qu'on a à coté ici c'est de la blague. Mais c'était sympa... J'ai eu deux procès mais j'ai jamais eu de nouvelles. J'ai eu Diane Kruger, c'était au tout début qu'elle était avec Joshua Jackson. J'avais eu des photos dans le Sun, ils étaient tous les deux à une terrasse à Paris donc ils ne se cachaient pas. J'avais fait une petite news là-dessus mais en illustrant juste avec une photo d'elle. Mais elle l'avait utilisée pour atteinte au droit à l'image. C'était une photo d'elle à Cannes et mon article n'avait pas de rapport avec cette photo.

Ce qu'il faut savoir aussi, petite parenthèse sur le droit à l'image, si tu prends une image qui n'a pas de rapport avec ton truc. Si tu prends une photo qui se passe à Cannes et que tu la prends 6 mois plus tard pour totalement autre chose, ça n'a pas de rapport. C'est ça aussi qu'il faut voir. Là, à Cannes c'était pendant son travail. Donc si j'avais parlé d'elle à Cannes, c'était une chose. Mais comme j'alliais la photo de Cannes à un truc de la vie privée, donc là c'était atteinte au droit à l'image et après à la vie privée. Elle avait donné son consentement pour que la photo soit utilisée pour Cannes mais pas 6 mois plus tard pour un truc de la vie privée. Donc c'est très compliqué. Limite, faut prendre de vraies photos d'actu. Au moins, tu as un cadre, tu expliques les choses. C'est très compliqué. Faudrait que je prenne du temps pour voir les jurisprudences récentes mais je n'ai pas le temps. Après le droit à la vie privée je trouve ça très intéressant. Mais bon après t'as un article : « *Chacun a le droit au respect de sa vie privée* », et après c'est que de la jurisprudence. Moi j'avais étudié ça quand j'étais à la fac, on avait pris des exemples, même avec Adjani.

- *Tu avais fait un master spécialisé ou autre chose sur cette question ?*

- Ah non pas du tout. J'ai fait un DEA en droit public, donc rien à voir. C'était ma spécialité. J'ai fait un mémoire sur l'Afrique du Sud. Donc pour te dire que ça n'a vraiment rien à voir ! N'empêche, je m'intéresse à plein de choses, c'est un peu ça mon problème, le droit en faisait partie, les peuples en faisaient un petit peu parti, mais pas comme maintenant...

- *C'était quoi le sujet de ton mémoire ?*

Alors c'était la commission Vérité et Réconciliation. J'étais donc une pionnière dans ce domaine puisque la commission venait d'être créée. Et j'ai fait un truc dessus.

- *Et qu'est ce qui a fait que tu es passé de ça aux peuples ?*

En fait quand j'étais en maîtrise, j'avais déjà fait un mémoire sur l'Apartheid dans le Sport. On avait un prof en droit international qui était spécialiste de l'Afrique du Sud donc je me suis dit que j'allais faire un truc sur ce sujet-là. L'apartheid était un sujet qui m'intéressait, je me suis dit : « *je vais donc faire un truc sur l'Apartheid dans le sport* ». Et en fait, y'avait un autre prof qui était spécialisé en droit de la presse. Donc je m'étais dit que je ferais un mémoire avec lui en DEA. Sauf que manque de bol, il est parti. Dommage ! Donc j'ai garde ce prof spécialiste de l'Afrique du Sud et donc voilà j'ai continué à faire un truc sur l'Afrique du Sud. Mais c'était vraiment par hasard. Tu m'aurais dit deux ans avant que j'aurais fait un truc sur l'Afrique du Sud. Mais c'était intéressant. Ça m'a bien permis aussi à faire mon anglais, à lire les règlements de constitution... etc.

- *Et tu étais à quelle fac ?*

J'étais à Reims. Enfin moi je suis de Chalons. Et après je suis venue à Paris et je me suis inscrite à l'école de journalisme. J'avais fait les concours, notamment le CFJ. Mais en fait ce qui s'est passé c'est que j'avais pas du tout révisé, j'avais rien fait, et la veille, j'avais passé un dernier oral pour ma maîtrise. Donc j'en n' avais rien à foutre du concours. J'avais rien fait. Et le niveau était hallucinant. Parce que je sais qu'il y a plusieurs niveaux de concours. J'avais dû passer le niveau bac + 4 et le niveau était très élevé. Surtout en anglais où j'ai dû avoir 4 je crois. Je comprenais même pas les intitulés. C'était vraiment du niveau bilingue. Et je me souviendrais toujours de la question qu'on a eu en culture générale, c'était : « Citez les principaux partis politiques algériens et les noms de leurs dirigeants. » Alors quand tu vois ça, tu te dis ok d'accord. Et moi qui lisait pourtant vachement l'actu, j'avais pas pensé à réviser ce genre de truc. Bon et moi j'ai toujours été très feignasse, j'ai toujours fait que le minimum.

Après j'avais passé l'IPJ, j'avais passé l'oral, j'ai pas été prise, je ne sais pas pourquoi. Donc en fait j'ai fait l'ESJ pendant un an qui est dans le 13^e. C'est une école très moyenne qui n'était pas reconnue par l'Etat. Mais en fait ça m'a appris les bases et rien que pour ça c'était bien. On n' avait pas du tout de moyens. C'était en 1998, on n'avait pas de matos informatique, y'avait pas Internet. On apprenait à faire un journal, chaque semaine y'avait un journal, mais c'était à l'ancienne. On devait découper et coller nos petits trucs, tu devais écrire tes articles, c'était vraiment très drôle. Mais ca m'a beaucoup appris. C'est aussi bête que ça. Pendant un an j'ai juste appris ce que c'était la base. J'ai arrêté à la fin de la première année.

J'ai passé mes exams et puis je me suis dit je m'en fous. Je ne voulais pas continuer. C'est une école qui à la base propose des formations en 3 ans.

- *Pourquoi es-tu partie ?*

Parce qu'en fait l'école n'était pas assez... et puis je me suis dit « *bon, c'est bon* ». j'ai trouvé un stage en été à France télévisions en pressé télé. Puis je me suis inscrite à la fac en communication, histoire d'avoir au cas où les APL, la sécu et tout. J'ai quasiment pas mis les pieds à la fac, j'ai fait deux, trois cours parce qu'en fait j'avais trouvé un CDD à Télé Poche. C'était un CDD de quelques jours, ça s'est bien passé, ils m'ont rappelé puis je ne suis pas partie. Ca se passait très bien et ils m'ont dit : « *on te propose un CDI si tu vas sur le site web.* » Et j'avais jamais fait de web. Et voilà. Et ce qui est bien avec Internet c'est que ça t'apprend à te démerder, c'est impressionnant. Mais vraiment. Parce que c'est vrai, c'est un rythme qui est très différent. Quand j'étais à TéléPoche, j'y suis resté sept, huit mois. J'ai remplacé le mec qui était à la musique. Et avant, j'avais fait deux ou trois CDD assez court. Et genre tu avais un article à faire par semaine. La conférence de rédaction était le mercredi et il se pouvait que le mercredi après-midi tu aies fini. Bon après ça pouvait être le vendredi suivant ce que tu avais à faire, mais les journées étaient un peu longues. Au départ ça me convenait parce que je suis plutôt fainéante. Et quand je suis allé sur Internet, au départ on était une petite équipe. Il y avait un rédacteur en chef, deux rédacteurs et y'avait une icono et webmasteur. Et au départ y'avait deux rubriques : il y avait une rubrique news de stars et une rubrique news télé, news série ça dépendait. Donc au départ on faisait une news par rubrique par jour. Puis un moment t'en fais deux. Puis un moment t'en fais trois. Tu vois et en fait, tu apprends à travailler vite, tu apprends à travailler bien, tu apprends à essayer de vérifier un minimum tes informations. Ça, c'est très important. Même quand tu fais du people comme moi, on essaie un minimum de vérifier ses informations. C'est très important. Et ce qui fait que j'ai appris comme ça à travailler vite. Et quand je me suis retrouvée toute seule à Canal Star, parfois on avait deux news à faire par jour. Autant te dire qu'à 2h de l'après-midi, j'avais déjà fini ma journée. En plus, on avait un chef qui était une horreur totale, mais on allait tous au boulot la boule au ventre, il me reprochait de rien faire de mes journées mais en même temps j'avais fini... et donc c'est pour ça que j'arrive à travailler assez vite.

Et donc moi quand j'étais à Canal Star je pouvais te faire dix infos par jour. Parce que c'est vrai que je faisais moins de tri que maintenant. C'est vrai que Grazia aussi, tu as une vraie ligne éditoriale, on essaie d'avoir une vraie ligne éditoriale, y a des choses dont on ne parlera pas. Après tu peux arriver à parler de gens dont on n'a pas l'habitude de parler. Par exemple au début Lady Gaga on n'en parlait jamais. C'est moi qui insistais en disant : « *c'est dommage, parce qu'elle a des looks bizarres et tout* ». Donc du coup on m'a laissé faire un truc sur elle mais c'est vrai que du coup, c'est devenu une régulière de Grazia. Et après faut voir aussi, le web, c'est très difficile de savoir ce que veulent les gens. Faut voir qu'il y a un magazine, ce que propose le site, c'est forcément différent parce que le magazine, il arrive à vivre avec 200 000 personnes, nous on ne peut pas se contenter que de 200 000 pour un site web. Nous, faut qu'on fasse plus d'audience. On peut pas faire des trucs aussi que pour les lecteurs du magazine. Faut qu'on attire d'autre gens. C'est mainstream donc c'est pour tout le monde. Donc c'est assez difficile. Tu vois Beyoncé par exemple au début on en parlait pas trop. J'en ai parlé une fois et on a vu que finalement les gens aimaient, s'intéressaient et tu peux trouver que c'est une fille intéressante, qu'il y a des choses marrantes à dire sur elle et les gens appréciaient.

- *Et donc toi t'étais là dès le début du site ?*

- Oui. Quand ils ont décidé d'arrêter Canal Star, ils m'ont dit « *bon ba tu vas aller sur Grazia.fr* » On m'a pas vraiment demandé mon avis. Du jour au lendemain je me suis retrouvé là. J'ai pas du tout participé à la création du site. J'étais là au lancement.

- *Ok mais ça a toujours été toi la journaliste people du site ?*

- Exactement.

- *Comment tu as créé ton approche ?*

- En fait, j'ai fait à peu près la même chose que ce que je faisais à la rédaction de Canal Star. En fait, l'ancienne rédac chef aimait bien ce que je faisais. Donc voilà. Mais là, ça m'a permis de faire des choses différentes. À Canal Star, je faisais que de l'info, que des news. Alors que sur Grazia, on fait des décryptages, c'est des trucs que je faisais jamais. Tous les trucs sur les couples, les trucs que je fais en « gallery ». Finalement ce qui est le plus difficile c'est de trouver des sujets (rires). Et aussi l'inspiration, parce que des fois tu as des idées de sujets et t'es là : « *bon ok, comment je l'aborde ?* ». Mais je sais en général que quand je commence à écrire après ça peut venir tout seul. Enfin, ça peut venir au bureau mais ça peut venir chez moi aussi. Donc ça m'est arrivé de faire des trucs de chez moi ou d'écrire sur un bout de papier dans le métro en me disant « *tiens, je vais faire ça comme ça* ».

Mais c'est ça qui est bien sur Internet, c'est qu'Internet y'a autre chose que de la news à la chaîne. Au bout d'un moment je t'assure tu en as ras-le-bol. Mais c'est sûr, faut faire des news.

- *Quelle a été ta réaction quand on a dit que tu allais à la rédaction web de Télé Poche sachant que tu n'avais jamais bossé sur le web ?*

Pendant longtemps... je trouve que c'est bien de faire un peu de tout. C'est autre chose. J'arrive à comprendre que les gens du mag n'arrivent pas à comprendre ce qu'on fait. Les gens du mag ne comprennent pas notre rythme de travail par exemple. Ils se rendent pas compte de tout ce qu'on doit faire, des contraintes techniques, de la difficulté de trouver des photos, ils connaissent pas ça eux. Parce que nous, on fait tout quand même. Mais en fait, non, c'était une opportunité. Le web, à cette époque franchement je connaissais pas. C'était en 2000 donc c'était quand même relativement neuf et finalement, oui effectivement ça aurait été débile de dire non. Et puis il me l'aurait pas proposé s'ils avaient pas eu confiance en moi. En plus on m'a dit : « *ouai sur le web tu peux te lâcher* ». On n'y allait pas avec des pincettes je pense comme maintenant. Peut-être parce que y'avait pas d'audience comme maintenant. Et c'est vrai que Mondadori est un peu... En fait on a raté plein de vans, je pense. Au départ ils ont mis plein d'argent sur le web, mais y'avait du fric... ! On était pendant un moment juste sur le web au moins 80 personnes. C'est-à-dire que tous les mags avait au moins un webmaster + un rédacteur. Imagine juste pour un pureplayer, on était 6. Télépoche, y'avait deux personnes de plus, Autoplus y'avait 4,5 personnes. Et à chaque fois y'avait des gens du marketing, des gens de la pub etc... Donc c'était énorme. Imagine, c'était une vraie structure web à part entière. Et puis y'a des trucs qui ne se sont pas fait : les pôles web devaient

rejoindre les structures papier. Mais ça s'est jamais fait. Ils ont donc investi au début puis après ils ont perdu beaucoup d'argent. Dis toi pendant une année tout le monde était allé à Cannes, sauf moi évidemment. Y'avait des soirées, des trucs de fou. Même Télépoche, tu te dis c'était quand même les pionniers sur la presse télé sur Internet. Mais on s'est fait doublé par Lagardère et Compagnie. Et ça s'est dommage. Ils ont plus investi que nous. Donc quand ils te disent tous les ans « *On va investir dans le web...etc* », tu te dis : « *c'est marrant, c'est un discours que j'entends tous les ans à peu près* ». Bon là, cette année, en revanche, ça a l'air d'être vrai. (rires)

- *OK. Mais pour revenir à ce que tu disais il y a deux secondes, toi tu n'as jamais aucun lien avec les journalistes qui font du people sur le papier ?*

- Non. En fait au début on était bien séparé. A Issy Les Moulineaux, tout le web était au deuxième étage et le papier au 5e. Et quand on a déménagé, ils ont décidé de regrouper les rédactions web et papier. Et entre nous j'ai pas besoin d'eux pour mon boulot et eux non plus. Et je pense que rien n'a été fait pour. Je sais pas ce qu'il aurait fallu faire. Mais à TopSanté y'a plus de coordination mais je crois que c'est une volonté de l'éditeur. Mais franchement pourquoi j'en sais rien. Y'a aussi que le web est considéré comme du sous-journalisme. Ça c'est une évidence. Sur certaines choses, je suis assez d'accord quand tu vois des pseudos sites, qui font des news à la chaîne, sans réfléchir, qui prennent une info et font juste une traduction, t'as rien. Ça pour moi, c'est... voilà ! Alors que nous ce qu'on fait, si ça en est. Parce qu'on fait des recherches, c'est pas évident. Je pense qu'ils voient ça comme du sous-journalisme, alors qu'en fait, c'est la même chose. Moi je suis sur du people ils font comme moi, ils vont sur les sites Internet sauf qu'eux, ils ont le papier, et le papier ça fait plus classe je sais pas. Quand tu as ton nom dans un magazine, c'est autre chose que d'avoir ton nom sur un site web.

Par exemple ce qui est très chiant dans le web, c'est qu'on travaille dans l'urgence et comme on travaille au quotidien et eux font de l'hebdomadaire. Et donc y'a des choses qu'on peut pas faire. Moi ce qui me manque c'est sortir et faire des interviews. Ça c'est des choses qui ne sont pas possibles.

- *Pourquoi ?*

Ca prend un temps de dingue. Au début de Canal Star j'arrivais encore à faire ça. J'allais à des projo', j'allais faire des interviews... mais j'aimais bien, c'était cool. Mais là t'as pas le temps, ça te bouffe une journée. Quand Francesca part l'après midi, tu imagines : faut préparer l'interview, faut faire l'interview, tout retranscrire et tout réécrire après. Ça prend deux jours. Donc moi si je fais ça, je fais que ça.

- *Il te faudrait un stagiaire...*

- Et encore. Ça dépend quel stagiaire. Je ne fais confiance qu'en moi (rires). Après faut trouver quelque un qui s'y connaisse à qui tu peux dire : « *ok je te laisse faire, je te fais confiance...* »

- *Donc t'aimerais plus retourner au papier maintenant ?*

Ouai. Non. En fait j'en sais rien. En fait, je crois que j'aimerais bien faire de la radio. J'avais fait de la radio quand j'étais à Reims, j'avais adoré ça. C'était Champagne FM. C'était local mais c'était toute la région. J'ai toujours adoré la radio. J'écoutais souvent la radio, même au dîner etc. J'écoutais surtout Europe 1 un moment mais bref. Je connaissais Champagne FM et je participais souvent aux jeux à l'époque pour gagner des VHS. Donc en fait, j'étais allé chercher mes cadeaux deux trois fois et un jour j'étais aller demander... C'était même pas un stage, j'y allais deux trois fois par semaine, quand je voulais, après les cours. Et un jour, ils m'ont demandé : « *Est ce que tu veux faire de l'antenne ?* » Donc du coup, j'ai eu ma petite rubrique, c'était le samedi matin et ça s'appelait Itinéraire Bis. C'était en fait ce qu'il y avait à faire le week-end dans la région. Les concerts, les machins, les trucs comme ça. Je passais la semaine à préparer ça : j'appelais les offices du tourisme des patelins qui m'envoyaient de la doc et tout. J'ai fait ça pendant trois, quatre mois et c'était cool. En plus, c'était pas du tout dans ma nature de demander un truc comme ça. J'ai fait ça au culot.

- *Qu'est ce qu'ils en pensaient tes parents de cette activité extra-scolaire ?*

- Oh ba ils étaient contents. C'était en fin d'année universitaire donc c'était pas trop gênant. Mais j'ai adoré ça. Franchement. Je pense que si je devais changer, je ferais de la radio.

- *Tes parents n'étaient pas du tout journalistes ?*

Ah non, pas du tout. Mon père est un ancien chef d'établissement. Autant dire que rien à voir. Mais ils ont toujours été cool avec l'école. Ils m'ont laissé faire tout ce que je voulais. Ma mère était un peu prof au début et elle a arrêté de travailler. J'ai terminé une première S et j'ai dit à mon père, qui était le proviseur de mon lycée : « *Ecoute moi j'ai plutôt envie de faire un bac A1* ». Et mon père m'avait plus ou moins menacé à l'époque de m'envoyer dans un établissement privé et en fait non, il m'a fait confiance. Il m'a dit d'accord et m'a laissé faire ce que je voulais. Ils ont jamais été trop chiant là dessus. Mais en fait quand j'étais jeune, mon vrai rêve c'était d'être commissaire de police.

- *Pourquoi ?*

- Parce que j'ai toujours adoré ça. Le fait que j'ai fait du droit, au départ j'avais journaliste dans ma tête, mais aussi parce que j'avais la vague ambition d'être juge d'instruction. Mais comme j'étais feignasse, c'était pas du tout pour moi. Le concours de la magistrature, faut deux mois pour le préparer. Il aurait fallu que je sois plus assidue dans mes études. Mais quand je faisais du droit public, je me suis toujours débrouillée pour avoir des matières de droit pénal. Mais comme je disais, j'aime beaucoup de choses. Mais même faire des chroniques judiciaires j'aimerais bien. Faudrait que je tente un jour à aller passer une journée au tribunal correctionnel ou même aux assises et essayer de faire quelque chose derrière. Mais pareil ça prend du temps, c'est beaucoup de boulot. Mais bon j'avoue, je m'éclate dans mon travail. Faut pas exagérer, on a de bonnes conditions de travail. Moi je trouve que ce qu'on fait c'est un petit peu fun, c'est pas de la politique. Mais c'est vrai le problème c'est qu'on peut rien faire à côté. On peut pas sortir, t'as le temps de rien...etc.

- *C'est peut-être simplement parce qu'on n'est pas assez ici ?*

- Aussi à la rigueur. Je pense qu'il faudrait trois personnes sur chaque rubrique mais vraiment à temps plein. Au magazine, elles sont deux ou trois j'imagine mais même quand tu as un article à faire par semaine, tu imagines, tu as le temps. Moi je compare le nombre de signes... tu regardes le nombre de signe d'un article par semaine avec toi ce que tu faisais par semaine. Je suis sûre que toi tu fais plus en deux jours que elle en une semaine. Quand je regarde ce que j'écris par jour juste en people et ce que je faisais avant par semaine chez Télépoche, c'était 2000 signes à peu près. Moi c'est ce que je fais en une demi-journée de travail. Et là, tu te rends compte que la charge de travail est très importante. Mais des fois t'as des articles où t'as rien dire. Bon ba tu vois par exemple, les adverbes, en temps normal, c'est le truc à éviter. Ba dans ce cas là j'en rajoute(rires). T'es obligé. Ce qui est bien aussi quand tu fais une école de journalisme, c'est d'éviter les répétitions. Alors que c'est l'inverse que tu dois faire quand on te dit de faire du référencement. Par exemple, tu vas faire un truc sur Brad Pitt, on va te dire de répéter le plus de fois possible Brad Pitt dans ton article. Alors qu'en fait tu le mets deux, trois fois maxi dans ton article. Tu diras l'acteur, le bidule, l'ex de machin, enfin faut que tu trouves d'autres choses. Ça t'apprend beaucoup de vocabulaire.

- *D'ailleurs je t'ai beaucoup vu consulter de dictionnaires.*

- Oui j'adore les dictionnaires (rires).

- *Et aussi ce qui m'a marqué, c'est ton approche des rumeurs...*

En fait c'est de l'expérience. Moi je pourrais faire des choses mais j'ai pas envie de le faire. Y'a des trucs que je ne trouve pas intéressant, mais des fois y'a des trucs que je trouve pas intéressant mais faut quand même les faire. Mais si tu sais ce qu'il va marcher... Et je te dis, j'ai pris vachement de recul par rapport à tout ça. Par exemple quand un truc vient du National Enquirer, déjà le niveau de crédibilité est de 0,5. Et là je me dis : « *Qu'est ce que je fais : est ce que je fais un truc marrant en prenant d'autres exemples ?* » et en même temps au fond de moi j'y crois pas mais je me dis : « *bon aller c'est rigolo et on sait jamais, ça peut marcher... etc* ». Je vais citer ma source et je vais faire comprendre que bon, c'est pas qu'on n'y croit pas mais on a un énorme doute. Mais c'est rigolo.

Mais ce qui est drôle avec les peuples, surtout américains, c'est qu'ils ont leur porte-paroles, et ils aiment démentir, expliquer... Quand tu vois Vanessa Paradis, tu vois que ça fait des mois que ça traîne, qu'elle a vaguement démenti, que lui a démenti. Et comme par hasard Voici publie des photos où tu la vois elle, chercher des appartements et comme par hasard Johnny Depp qui fait un communiqué vraiment officiel de son porte-parole qui dit oui effectivement c'est fini.

- *Et en même temps quand il y a eu les premières rumeurs, toi tu voulais pas qu'on en parle.*

Oui parce que elle, elle est française justement. Ça serait un autre couple vraiment américain genre Will Smith et Jada Pickett Smith. Y'avait eu des rumeurs, j'en avais un peu parlé. Eux ils avaient démenti donc j'ai fait une mise à jour de mon article mais voilà. Là, ça me dérangeait pas parce que Will Smith c'est évident qu'il nous attaquera jamais. Alors qu'elle, j'ai fait exprès d'attendre. Elle allait être en promo c'était évident qu'on allait lui poser une question là dessus et que donc elle serait obligée de répondre. Donc j'avais fait un article sur ça. Après moi j'y crois, j'y crois pas. Entre nous quand tu vois qu'un couple comme ça n'apparaît pas ensemble pendant un mois et demi, tu te dis qu'il y a un problème. Par exemple, un autre couple qui est sur la tangente, c'est Tom Cruise et Katie Holmes. On ne les voit jamais ensemble. Lui tout seul avec sa fille, elle toute seule avec sa fille. Tu sens que c'est un couple un peu pipeau. Après faut voir aussi qu'il y a beaucoup d'argent en jeu dans ses couples là.

Annexe n°3: Entretien Francesca Serra, Journaliste Culture au Grazia.fr

- *D'abord, je voulais commencer par le fait que, souvent, je t'ai entendu dire qu'à la base tu ne voulais pas être journaliste.*

- En fait c'est même pire que ça. C'est même pas à la base je ne voulais pas être journaliste, mais c'est : « je ne veux pas être journaliste ». Je n'ai jamais voulu être journaliste et même encore là dans l'absolu je ne veux pas faire ce métier. C'est pas un métier qui me correspond bizarrement. Alors, attends... Je vais t'expliquer. Ma mère est journaliste donc pour moi le journalisme... je vois très bien ce qu'est le métier de journaliste. Pour moi le journaliste est un journaliste d'investigation. Même si c'est à petite échelle mais c'est quelqu'un qui enquête. Forcément. Même si c'est sur un sujet social minime, je sais pas comment te dire, même si c'est pas un gros scandale politique, mais c'est quelque un qui enquête. Dans la presse féminine après ça dépend qui fait quoi, y'a aussi des journalistes actu dans la presse féminine, mais sinon on n'enquête pas. Moi mon travail c'est d'écrire des chroniques, enfin une partie de mon travail c'est d'écrire des chroniques. Y'a une part de fiction là dedans. Tu vois les articles « lol », on les invente. Ce sont des articles de divertissement. Donc je considère déjà que 1) je n'ai pas envie d'être journaliste et que 2) je ne suis pas vraiment journaliste.

Mais comment je me suis retrouvée là si je voulais pas être journaliste ? Je bosse dans la presse et j'ai une carte de presse. Donc c'est bizarre. Ce qui s'est passé c'est que j'ai fait des études de lettres. On m'avait dit d'aller en S parce que tu vois quand t'es au lycée on te disais d'aller en S parce qu'il y a plus de débouchés. Moi j'ai préféré aller quand même en L et j'ai eu raison parce que je pense qu'il y a plus de débouchés dans les filières littéraires mais des débouchés que j'avais pas envisagé avant. J'ai fait des études jusqu'à 25 ans sans me poser la question de ce que j'allais faire plus tard.

Et du coup quand il a fallu travailler je voulais pas spécialement être prof mais sans avoir la moindre idée de ce que j'avais envie d'être. Donc j'ai testé plein de trucs. J'ai testé l'édition, j'ai testé la pub, j'ai testé la communication sur Internet... et j'ai ouvert un blog à coté. C'était pas du tout professionnel, c'était une activité perso mais ce blog avait un ton de magazine féminin. C'était pas voulu, c'était pas mon but mais comme il avait un ton de magazine féminin...

Et du coup quand ils ont lancé Grazia, il cherchait pour Grazia le web, des filles qui connaissent Internet, qui sachent écrire et qui sachent écrire avec un ton divertissant. Et donc, ils sont allés voir tous les blogs, toutes les bloggeuses de Paris et ils nous ont toutes rencontré pour des entretiens et c'est comme ça que je me suis retrouvée chez Grazia. Mais j'ai pas fait d'écoles de journalisme, et je considère pas encore aujourd'hui même si j'ai ma carte de presse que je suis journaliste. J'ai pas de formation de journaliste et je ne fait pas de travail d'investigation.

- *D'ailleurs tu disais que tu étais mal à l'aise avec le fait d'avoir la carte de presse lors du renouvellement de votre carte l'autre fois ?*

- Oui je suis mal à l'aise avec le fait d'avoir la carte de presse parce que j'ai une vision du journalisme à l'ancienne et encore une fois c'est dû au fait que ma mère est journaliste et je pense que j'ai la vision du journalisme des années 60, 70, 80.

- *Elle était journaliste quoi ?*

- Elle était journaliste politique mais régionale à France 3 Corse. Elle a commencé dans un

magazine et elle a fini sa carrière à la télé. Tous ces amis étaient journalistes, des journalistes politiques essentiellement, et que j'entendais toujours parler de leur métier, de leurs papiers, de ce qu'ils étaient en train de faire. Du coup j'ai une vision du journalisme, quand je dis à l'ancienne je veux dire pas les rédactions avec les machines à écrire quoique j'ai vu... mais c'est pas ça que je veux dire, quand je dis à l'ancienne c'est pré-web. C'est à dire que j'ai une vision du journalisme où on te demande de vérifier toutes tes sources, où on te demande... mais le web ce n'est plus ça. Normalement ça devrait l'être : les règles du journalisme normal devrait s'appliquer au journalisme sur Internet.

Mais le journalisme sur Internet, la vérité, c'est que même quand on sort d'une école de journalisme et qu'on connaît les règles, on n'a pas le temps de les appliquer. On n'a pas le temps. On doit écrire. Le principe du web, c'est la rapidité. Plus vite tu transmet de l'information : c'est là qu'est ta qualité. On va te juger sur la rapidité.

Twitter, c'est ça par exemple. Je sais que Twitter n'est pas un média d'information, c'est un réseau social mais c'est d'autant plus révélateur que Twitter est vraiment squatté par les journalistes en France. C'est un support sur lequel le premier poste un lien est le héros du jour, le deuxième qui poste ce lien, ça va il est cool, il est rapide. Le 28^e qui récupère le lien c'est un loser. On dit c'est « old ». Old c'est vraiment l'insulte suprême sur Internet. Ca veut dire : c'est un truc que tu as déjà vu ailleurs. La qualité principale que demande Internet, c'est la rapidité. Or je ne pense pas que ça doit être la qualité principale d'un journaliste. Je pense qu'un journaliste a besoin d'approfondir es sujets, de prendre le temps d'interroger des gens et de vérifier ses sources. Je ne dis pas qu'aucun journaliste ne fait ça sur Internet. Je dis que Internet a d'autres valeurs qui vont un peu à l'encontre de celles là.

Du coup, on se dirige vers un autre journalisme. Un journalisme intéressant aussi mais plus un journalisme subjectif, d'opinion, plus susceptible de modulation. C'est pas un long papier d'analyse mais ça va être une info qui va être reprise et modifiée, puis on va se rendre compte que c'est faux, puis on va analyser pourquoi c'était faux, puis on va voir comment on s'est laissé arnaquer par ce truc. C'est un journalisme à flux tendu quoi. Je sais pas comment l'expliquer mieux.

Et quand je dis je suis pas journaliste c'est que j'ai ni l'éducation « old school », ni cette pratique-là parce que je suis dans un féminin je fais pas de l'information, mais le fait de travailler sur le web me fait voir ces pratiques là. Voilà.

- Mais je me souviens parfois quand tu avais des soucis avec les interviewées des « confessions de... », notamment lorsqu'elles voulaient que tu retirent certaines choses, tu t'énervais un peu et tu justifiais ton refus par « Ecoutez, moi je suis journaliste donc je ne retirerais pas ça. »

- Oui c'est vrai, mais je critique dans un sens c'est-à-dire que je trouve ça un peu aberrant que la carte de presse soit donné si facilement à n'importe qui, y compris à moi. Ou même à n'importe quel pigiste qui a fait trois, quatre papiers, oui enfin non, faut justifier d'avoir au moins 50 % de tes ressources mais... Je veux dire, tu as fait 25 papiers sur le fonctionnement d'un site Internet sur un site spécialisé geek, voilà. C'est très facile d'avoir la carte de presse. Mais je le revendique dans un cadre précis. Je fais la différence entre mes papiers de divertissement et mes papiers d'informations. Je considère que l'interview c'est un papier d'information. Je vais chercher une parole qui n'est pas la mienne et je n'invente rien. Attention, je peux faire passer des témoignages en divertissement. Par exemple quand je fais un micro-trottoir et que la question est : « *Qu'est ce qu'être sexy pour vous ?* », je peux les faire passer en divertissement et je me dis moi, que j'ai le droit de les moduler. Mais si c'est un témoignage que je recherche je suis là, dans ce papier là, dans une démarche journalistique qui fait que non, je ne vais pas enlever un truc si ça déplait à la personne. Donc quand la

personne en face de moi essaie d'obtenir des choses qui vont contre mon envie de véhiculer de l'information, je vais lui dire « *Je suis journaliste, fermez votre gueule* ». je vais pas le dire comme ça mais je vais dire voilà moi en tant que journaliste, je vais divulguer cette information là. Je peux dire si vous voulez que vous ne voulez pas mais je vais le faire.

- *Tu te mets d'accord avec elles avant l'interview ?*

- Les « confessions », j'explique c'est un témoignage, que ça peut être anonyme, mais ce que nous on cherche, c'est d'obtenir les coulisses d'un métier. C'est de savoir comment ça se passe l'envers du décor d'un métier qu'on a l'habitude de voir en façade. Oui je leur dit ça et si après coup, elles ont des regrets d'avoir dit ça, je leur explique que c'est pas un papier pour véhiculer leurs images, ça peut être anonyme. Si j'interview une esthéticienne, ce n'est pas pour faire de la pub à son salon. Donc j'essaie de lui expliquer la différence entre faire de la pub à son salon et donner un témoignage anonyme sur un métier. Souvent elles disent des choses et regrettent ensuite en se disant « *oh la la, mes clients ne vont plus venir chez moi* ». Je leur dis que je vais pas parler de leur salon, à moins qu'elles le veuillent, qu'elles veuillent s'exposer. Voilà.

- *Et tout à l'heure, tu m'as dit que t'étais journaliste parce que t'avais pas de formation...*

- Attention je n'ai pas que dit ça.

- *Oui bien sure, c'était entre autres choses. Mais ça m'a rappelé la fois où je t'avais raconté que je n'avais pas été reçu aux écoles de journalisme. Et toi tu m'avais répondu que finalement, c'était une bonne chose. J'aurais aimé savoir ce que tu en pensais.*

- Moi ce que j'en pense, mais je ne les ai pas faites, donc mon avis est un point de vue extérieur mais j'ai pas d'arguments concrets sur la chose. Ce que je pense moi, c'est que ça toujours été comme ça, le journalisme a toujours été un métier où pleins de gens se formaient sur le terrain. Même y'a trente ans les gens ne sortaient pas tous d'écoles de journalisme pour être journaliste. C'est un métier où....

Si tu veux être ingénieur, faut faire une école d'ingénieur. Si tu veux être journaliste, non. T'as juste besoin de choper l'état d'esprit, de te lancer, de prendre ton micro et d'aller interroger des gens, d'aller chercher de l'information. C'est pas nouveau que les journalistes n'ont pas forcément une formation de journalisme. Les écoles de journalisme, c'est presque un truc qui est venu après le journalisme. Je sais pas comment te dire. Il fallait avoir des études de médecine pour devenir médecin. Avec le journalisme non. Internet a encore renforcé les choses parce que sur Internet le média se spécialise de plus en plus. Tu peux avoir un webzine sur les jeux vidéos inspirées des mangas japonais des années 70. Nan, mais c'est possible !

Donc à partir du moment où ça se spécialise de plus en plus, on a été plutôt chercher des spécialistes que des journalistes. Le journaliste a une formation générale importante. Là, on a été chercher des journalistes qui s'intéressaient aux mangas depuis l'âge de 7 ans. Du coup ce mec là devient journaliste d'un webzine. Or comme Internet est en train de devenir le modèle dominant, les écoles de journalisme vont devenir obsolètes parce que moi je pense que le papier va disparaître. On va de plus en plus chercher des petits jeunes formés sur le terrain, qui savent utiliser tous les outils web en passant par les blogs, les réseaux sociaux, qui connaissent les moteurs de recherche à la perfection.. des gens qui maîtrisent toutes les possibilités d'Internet, plutôt que des gens qui ont fait une école classique avec un peu de droit, un peu d'histoire. Je pense.

Je dis pas que c'est une bonne chose, je dit que c'est vers ça que ça tend.

- *Concernant la rubrique LOL. C'est une rubrique assez unique, on ne la retrouve pas*

vraiment dans les autres sites féminins. Comment est-ce qu'elle a été pensée à la base ? Est-ce que tu peux m'en dire un peu plus à ce sujet ?

C'est une rubrique qui existe depuis toujours, qui s'appelait pas comme ça avant. En fait on voulait avant le lancement, et on n'a jamais réussi à le faire, un peu mais pas vraiment, enfin moi je trouve que c'est une moite d'échec. Ce qu'on voulait c'était que tout le site Grazia et pas seulement une rubrique, parce que tous les magazines le font. Tu lis Elle, Sophie Fontanel n'a jamais fait autre chose que du divertissement de la lectrice et c'est aussi pour ça qu'on achète Elle. Donc il y a toujours eu dans les magazines féminins, la petite rubrique marrante quoi, la petite rubrique humour.

Nous ce qu'on voulait à l'origine c'est que tout le site soit sur ce ton-là, y compris sur les sujets les plus sérieux. Parler de mode avec un petit ton qui fait que, non pas qu'on n'y croit pas nous-même, on y croit vachement à la mode mais qu'on se prend pas au sérieux au point de donner des directives au premier degré. On voulait que dans toutes les rubriques que le ton Grazia soit un peu décalé, un peu second degré... qu'il y ait de l'humour partout. Ça a été fait. On avait une journaliste actu qui écrivait des papiers hyper drôles sur l'actu politique. Elle écrivait... Par exemple sur une affaire politique, je ne sais plus, on va dire l'affaire Total. C'était bien sûr pas ça mais on va prendre ça comme exemple. Elle avait fait un papier « *l'affaire Total expliquée à un candidat de Secret Story* ». En fait, elle prenait tous les éléments et elle les expliquait de la façon la plus basique possible, comme si un candidat de Secret Story devait comprendre. Mais du coup, c'était à la fois drôle, très simple et très facile d'accès, et ça permettait à quelqu'un qui n'avait pas suivi l'affaire en détail de s'y retrouver. C'était un très bon papier politique. Un excellent papier politique. Mais tourné en mode humour et tourné en mode « *on vous donne les informations basiques et on reprend tout de puis le débu* ». Et elle avait bossé une semaine sur ce truc. Donc je pense que c'est possible de traiter avec humour.

Y'a une histoire marrante sur Twitter. Un journaliste qui est aujourd'hui chroniqueur au Grand Journal, qui s'appelle Vincent Glad, qui a commencé sur un blog collectif qui s'appelle « Bien Bien Bien » qui était très lu. Il est passé à un vrai média d'information qui est Slate, qui est né du fait de la séparation au Monde entre Jean-Marie Colombani et Edwy Plenel. Donc Slate ont embauché ce jeune parce qu'ils embauchaient des gens d'Internet. Et il se trouve que ce jeune-là quand il a commencé à faire du journalisme, il s'est vu reprocher par d'autres journalistes de ne pas être un vrai journaliste. Attention, moi quand je le dis, je ne dis pas que c'est un reproche. C'est un fait. Lui il se l'est fait reproché. Et il se trouve qu'il y a un grand journaliste éminent qui l'a accusé de façon assez drôle d'être un « lol journaliste ». Et ce qu'a fait Vincent Glad, il a pris l'insulte et en a fait une revendication. Il a dit : « *oui, je suis un Lol journaliste : je donne mon avis, je fais des vanes pendant mon truc mais je donne quand même de l'information.* »

Ca veut dire que sur Internet, pour intéresser les gens, on a une façon de traiter l'information, on a un ton, qui ne peut plus être celle que vous aviez il y a vingt ans dans la presse écrite parce que sur Internet le client, le lecteur a beaucoup trop de choix. Un magazine papier tu en as 12, 15 mais sur Internet, tu en as 10 000. Pour qu'il reste sur le tien, il faut lui donner de l'information différemment. Du coup le « lol journalisme » est un peu devenu un truc que les gens se sont mis à revendiquer et au début de Grazia on a imaginé un petit peu ça. Non pas qu'il y ait une rubrique « lol » mais que toutes les rubriques est un peu ce ton de second degré.

-Mais pourquoi tu parles de demi-échec ?

Demi-échec parce que ça s'est un peu fait. Je t'ai parlé de cet article. Après ça continu. Les articles de Raphaëlle Orsini peuvent être très drôle et elle fait de la mode. Donc je pense qu'il

y a eu une volonté d'embaucher des gens qui aient ce ton-là, cet humour-là mais en fait il s'est avéré que c'est beaucoup plus compliqué que ça n'a en l'air. C'est facile de dire je vais faire du second degré partout. Mais je dis pas qu'on peut pas, mais concrètement comment tu fais du second degré quand tu fais un shopping t-shirts imprimé animalier. Oui tu peux glisser une petite vanne. Mais disons que la directive n'était peut être pas assez claire et volontaire pour qu'on la soutienne pendant 3 ans.

En fait, on a eut cette idée là, on l'a imaginé et on n'a pas été au bout de ça parce que ça n'a pas été l'une des priorités. Très vite quand tu as un site Internet, une des priorités qui vient de ta hiérarchie c'est faire du clic, de plus en plus de clics... donc ça, ça n'a pas été du clic.

-Et donc c'est pour ça qu'il n'y a pas de culture au sens strict du terme avec par exemple les sorties littéraires, théâtres... ?

- Alors ça, ils l'ont enlevé. On a eu plusieurs chefs éditoriaux et au début sur Grazia il y avait une rubrique culture. À l'intérieur, il y avait une rubrique littérature, une rubrique sorties, une rubrique cinéma. Au tout début de Grazia on était une quinzaine, on avait une pigiste à temps plein qui travaillait sur place, uniquement sur la littérature. Moi je faisais que du cinéma. Cinéma et expos. Et déjà du lol mais ma partie à moi n'était qu'une partie de la culture. On avait une journaliste actu en CDD qu'ils ont voulu passer en CDI mais elle a refusé. Tout ce qui était culture, société, actu occupait énormément de place. Il y avait aussi mode, beauté et people comme maintenant.

Mais au bout d'un an, on s'est rendu compte que, j'ai plus les chiffres exacts en tête, 90 % des clics allait sur mode, beauté, people et qu'aucun lecteur n'allait lire actu, société, culture. Moi je pense, mais c'est mon avis personnel et je peux me tromper, mais je pense que c'est la marque Grazia qui véhicule « mode, beauté, people » mais qui ne véhicule pas encore « culture, actu, société » comme peut le faire la marque les Inrocks. Il aurait fallu laisser le temps à la marque Grazia de s'imposer dans ces domaines-là, mais c'est un truc sur la durée, 5 ans, 10 ans, j'en sais rien mais laisser voir le temps aux gens que la culture était bien traité de ce support là. Or, les gens en charge à cette période n'ont pas voulu avoir une vision dans la durée mais une vision à court terme et on dit « ça, ça fait pas de clics, ça dégage. » Donc la pigiste des livres a disparu, on n'a plus de journaliste actu et moi qui faisais une partie de la culture, je me retrouve à faire la culture et 25 trucs en plus. Je me retrouve à faire la société, l'actu, le lifestyle et le lol toujours.

- Depuis la refonte du site, la rubrique société est réapparue et tu dois notamment faire l'article « les 10 images qui font l'actu ». C'est vrai que lors de la mise en place du nouveau site, on avait un peu l'impression que ça te tombait dessus. Je me souviens que tu as dit, un peu énervée « Je suis journaliste culture, et là d'un coup on me demande d'être journaliste société ! »

- Mais oui ! Parce que... Je rappelle l'historique.

Moi j'ai été embauchée parce que j'étais bloggeuse, que j'écrivais de la fiction et de la fiction marrante. Et il se trouve que j'ai un parcours littéraire et personnel qui fait que je suis très calée en culture et spécialement en cinéma. C'est un truc que je maîtrise. Donc on peut tout à fait me demander de traiter la culture sur un site et de traiter la partie divertissement du site. Sans problèmes. Je sais pas si je le fais bien ou si je le fais mal, mais en tout cas je sais le faire. J'ai les compétences pour faire ça. Moi je n'ai pas les compétences pour être journaliste actu pour la simple et bonne raison que je n'ai pas de formation. Je ne lis pas les journaux, bon sauf maintenant je les lis et encore je les lis sur Internet, je n'ai jamais lu un journal de ma vie avant 25 ans, j'étais pas très bonne en histoire politique, je ne m'intéresse pas spécialement à la politique, à l'actualité étrangère. Ça ne fait pas partie de mes centres

d'intérêts. Je sais c'est tragique, mais c'est comme ça. Quand on me demande de faire de l'actu, et encore une fois c'est le web, on peut te demander n'importe quoi. Moi on m'a envoyé faire des vidéos. On m'a envoyé faire une formation vidéo. C'est le web et c'est ça aussi qui fait que le web est cool. T'es censé être polyvalent et savoir tout faire et du jour au lendemain avoir des notions de graphisme... Regarde ! On écrit les articles, on fait la recherche icono, on rentre les articles sur l'admin' ... C'est le principe du web.

Donc ça ne me dérange pas qu'on me le demande mais dans le fond, c'est aberrant puisque moi je vais devoir traiter l'actu de la semaine sans savoir qu'elle était l'actu de la semaine, ni celle de la semaine dernière, ni celle des 6 derniers mois. Je ne m'y suis pas intéressée. Donc c'est un métier que j'apprends au fur et à mesure que je le fais. Je découvre des personnalités politiques que je ne connaissais pas, je découvre des problèmes que je ne connaissais pas. Or un journaliste actu est censé s'être intéressé à ça de lui-même avant. C'est pour ça que je trouve que ça m'est tombé dessus. C'est pas une plainte. C'est pas « *je veux pas le faire* », parce que je comprends que sur le web tout le monde doit tout faire mais c'est aberrant que ça soit moi. Je n'y connais rien. Je ne suis pas compétente pour ça. Pas encore, je peux le devenir.

- *Et donc tu me disais, de part ton parcours t'es calé en cinéma...*

- En théâtre, en cinéma, en littérature.

- *T'as fait des études de lettres ?*

J'ai fait une Khâgne, une Hypokhâgne, trois licences (une licence de lettres, une licence de philosophie et une licence d'anglais). J'ai continué que en lettres parce que je faisais du théâtre au conservatoire de façon soutenue et j'étais passionnée par le théâtre, par le théâtre contemporaine. J'ai commencé un DEA en lettres avec Julia Christeva que j'ai jamais fini parce que j'ai voulu rentrer dans la vie active et gagner ma vie. Et à coté de ça, avec des UV cinéma et personnellement, dans ma vie, cinéphile. Théâtre, cinéma, littératures. J'ai un DEA de lettres modernes...

Voilà c'est trucs que je maîtrise et que je maîtrise bien. Je suis pas une spécialiste du cinéma coréen des années 20 mais je sais de quoi je parle. Je connais les techniques du cinéma, je connais l'histoire du cinéma, je lis des livres sur le cinéma, j'analyse des films plan par plan. Après il y a des choses que j'apprends toujours.

- *Quelqu'un dans ta famille était dans le ciné ?*

- Non, non, vraiment pas.

- *Finalement tu as fait beaucoup d'études, et pas toujours les plus évidentes. Avais-tu un objectif, un leitmotiv derrière tout ça ou c' était pour le plaisir de ce que tu étudiais ?*

Ah non pas du tout. Non mais ça c'est un gros défaut je pense. Je l'assume. C'est un gros défaut que j'avais et que je n'ai plus à ce point et que je pense que beaucoup de jeunes ont de ma génération. Je ne concevais pas l'aspect réel, concret, réaliste des études.

- *Ca te passionnait.*

- Ca me passionnait et je crois que j'ai été élevée comme ça. Je crois que mes parents ne m'ont jamais trop demandé ce que je voulais faire plus tard, ne m'ont jamais expliqué qu'il fallait gagner de l'argent un jour et m'ont toujours élevé en mode « *c'est important de s'enrichir, de lire beaucoup, d'être quelque un de cultivé* ». Je crois que j'ai été élevée dans le culte de la culture. Il y a plein de gens dans mon cas. Le problème du culte de la culture c'est que résultat, moi j'ai fait des études et j'aurai pu en faire jusqu'à 40 ans. J'adorais ça. J'avais vingt sur vingt par tout, j'ai eu mention très bien toutes les années de toute ma vie mais pas

parce que j'étais très scolaire, mais aussi parce que j'étais passionnée. Le moindre sujet de recherche...

J'ai bossé sur Beckett, j'avais une photo de Beckett dans mon classeur. J'étais passionnée par n'importe quel sujet que je traitais dans le cadre des études sans jamais me dire comment je vais gagner ma vie avec ça. Jamais.

Et un jour. Bon bien sure ça ne s'est pas fait en un jour tu imagines bien, mais ça a été quand même soudain. Un jour j'ai tout arrêté pour aller gagner de l'argent parce que je ne savais pas ce que c'était. Je me suis rendu compte que j'avais 25 ans, que mes parents me payaient mon loyer, que je passais des journées entières enfermée dans des bibliothèques à réfléchir à des choses dont le monde entier se foutait, parce qu'il y a quand même plus urgent et impératif que l'usage du point virgule dans l'œuvre de je-ne-sais-qui à je-ne-sais-pas-quel-siècle. Ça m'est monté assez vite au cerveau ce genre de réflexion que je n'avais pas du tout quand j'étais étudiante.

- *Tu ne vois pas d'événement particulier ?*

- Si, mais des événements personnels, donc qui ont pas... mais à un moment donné, je me suis dit « *stop, je vais bosser, je vais être indépendante financièrement et je vais voir des gens, leur vendre ce que je sais faire, et être rétribuée en retour, et aller au supermarché et payer moi ce que j'ai envie de manger* ». Je me suis dit ça concrètement et j'ai tout arrêté du jour au lendemain.

- *Et tu ne regrettes pas ?*

- J'ai regretté beaucoup. J'ai énormément regretté. Aujourd'hui je ne regrette plus parce que j'aime bien mon parcours mais les années qui ont suivi cette décision, j'ai galéré à trouver du travail. Je trouvais des missions mais je ne trouvais pas de travail fixe. Ça a été difficile et j'avais jamais imaginé que ça pourrait être difficile. J'ai fait des boulots qui ne me plaisaient pas. J'ai travaillé dans la publicité, ça m'a pas plus. J'ai été consultante, j'allais à la Défense et j'allai donné des conseils sur la stratégie de communication interne d'Air Liquide ou de Saint Gobain. C'était pas mon truc. Je me suis retrouvée à faire des métiers que je n'aimais pas du tout. Et je me suis dit : j'aurai dû continuer des études, au moins si j'avais continué, ça aurait débouché sur un métier que j'aime. Je sais pas moi, conférencière, maître de je-ne-sais-pas-quoi à la fac, essayiste...

J'ai donc regretté à ce moment-là et plus je me suis rendue compte je pouvais avancer sur le terrain vers des choses qui me plaisaient, plus mes regrets se sont estompés. Jusqu'au jour où je me suis mise à faire des trucs qui me plaisaient vraiment, où j'étais dans l'action et où on m'avait pas choisi parce que j'avais vingt sur vingt mais parce que je m'étais démerdée pour qu'on me choisisse et là c'est une satisfaction immense. Tu oublies le plaisir de l'étude. Jamais de la vie tu me fais reprendre mon doctorat aujourd'hui. Jamais. Mais jamais. Je m'en contrefous !

Annexe n° 4 : Entretien Raphaëlle Orsini, journaliste mode et beauté au Grazia.fr

- *Dans un premier temps, j'aurai aimé revenir sur ton arrivée au Grazia.fr. Je crois que tu as été stagiaire à la base et que tu as ensuite été recrutée en tant que responsable de la rubrique mode et beauté. Peux-tu revenir sur cet épisode ?*

- En fait, après mon stage d'un an chez Marie-Claire, j'ai trouvé une ancienne offre de stage sur le site de Grazia.fr et j'ai postulé mais vraiment à l'arrache en me disant que de toutes façons c'était une offre d'il y a 6 mois etc. Et du coup ils avaient un stage, elle voulait au moins trois mois. On était en mai, avril et du coup je me suis dit que j'allais faire ça pour l'été même si ce n'était pas ce que je cherchais à la base. Et en fait, au moment où je suis arrivée, la responsable mode et beauté venait de se faire engager par un autre site internet. Du coup Bérénice, la rédactrice en chef, s'est mise à chercher quelqu'un. Et ils avaient des contraintes de compétences et de salaire et du coup, comme ça se passait hyper bien dans le stage...

C'est vrai que je ne sortais pas juste des études, j'avais un an d'expérience quand même dans la mode, donc ça l'a un peu rassuré. Donc elle m'a demandé au bout de 3 mois et demi si je voulais bien postuler en fait. Mais c'était pas du tout sûr, elle voyait des gens, des blogueuses, des filles qui venaient d'autres sites internet. Ce qui était pratique avec moi, c'est que j'étais déjà formé sur le contenu éditorial, les liens avec le magazine, comment fonctionnait notre service de mise en ligne, le rythme de publication...

Du coup c'était pratique que j'aie déjà toutes ces notions et du coup j'ai passé deux entretiens avec le directeur digital et l'éditeur du site et du magazine et après j'ai été embauchée. J'ai commencé directement à la fin de mon stage.

- *Donc avant tu avais fait le stage chez Marie Claire ?*

- Ouai j'ai fait un an de stage chez Marie Claire international, donc c'était pour toutes les publications internationales de Marie Claire. Il y en a 34. C'était du papier. Et on faisait que de la mode portée, pas de la mode écrite. On faisait tout ce qui concernait les shooting, les shopping en aplat. C'était plutôt du conseil éditorial en fait. On leur disait : « voilà pour ton pays, ton magazine, il faut mieux que tu fasses ça comme ça ». Ou par exemple avec les pays Arabes il y avait toujours plein de problèmes parce qu'on n'a pas le droit de montrer les épaules, on n'a pas le droit de montrer ça... Du coup pour faire de la mode avec ces contraintes c'est un peu difficile. Et après parfois, ce qui était le plus intéressant, c'est qu'ils venaient à Paris shooter avec nous et là du coup c'était hyper intéressant, j'ai pu rencontrer pleins de personnes du monde entier. Du Marie Claire tchèque au Marie Claire Arabie Saoudite, le Marie Claire Hollande, le Marie Claire Australie...

Et après y'a les grosses stars comme le Marie Claire USA, tu te rends compte que l'Amérique c'est un autre monde dans l'édition. La meuf, elle arrive c'est une star, c'est pas Anna Wintour mais presque. Ils ont des émissions de télévision. C'est eux qui font Project Runway... etc. Du coup ils ont une vision du magazine féminin qui n'est pas la même que la notre. Et en fait nous, notre service au Marie-Claire International, c'était d'essayer de conserver une ligne éditoriale cohérente entre tous ces Marie Claire malgré des cultures différentes, des visions de la mode différentes, des moyens différents parce qu'entre le Marie Claire Roumanie et le Marie Claire USA il y a quand même un monde. Du coup c'était hyper intéressant pour ça mais du coup pas beaucoup de lien avec le Marie Claire France même si c'était notre base de référence.

- *Ok. Et donc avant ça tu sortais d'une école de journalisme ?*

- Ouai, avant ça j'ai fait deux ans d'information-communication à l'Institut Français de Presse. Avant ça j'avais fait une prépa lettres et après l'IFP, j'ai un master 2 de journalisme politique à Sciences Politiques Aix.

- *Parce que tu voulais faire ça à la base ?*

- Pas du tout. En fait après mes 4 ans d'études, khâgne hypokhâgne et info-com, j'avais pas envie de faire 3 ans d'écoles de journalisme ou même deux ans. Du coup j'ai cherché un master 2 de journalisme qui me plaisait. Donc j'ai pris le premier qui m'a plus. Le truc qui était bien c'est que c'était à l'international donc on était pas que sur la France et François Hollande, Nicolas Sarkozy et machin.

Et en fait, c'est pas si bête parce que le journalisme politique demande une ouverture d'esprit et une recherche culturelle hyper intense. Parce que tu peux pas dire n'importe quoi parce que direct ça a des conséquences hyper importantes. Du coup, c'est bien d'appliquer aussi ça à la mode, parce que ce n'est pas parce qu'on parle de mode que tout d'un coup on peut dire n'importe quoi, on peut faire des fautes sur tout, on peut être un peu approximatif sur ce qui se fait ou ne se fait pas. Du coup, c'était une bonne expérience cette année politique politique pour ensuite faire quelque chose qui n'a rien à voir.

- *En fait ça t'a appris les bases du journalisme ?*

- Ouai, là du coup... et en plus on a fait de l'audiovisuel, de la radio et un peu de télé mais surtout presse écrite. J'avais déjà la base grâce à l'Institut français de presse mais là c'est devenu beaucoup plus pratique. On avait des papiers à rendre très souvent, du coup ça t'apprend à écrire sur tout et n'importe quoi facilement et à chercher les infos. Parce qu'on dit on va sur google et on cherche mais ça ne se passe pas comme ça. Pour que les sources concordent, pr que tu sois clair et dans ta tête et sur le papier ça demande de la technique. Pas seulement du talent genre « je sais bien écrire », c'est juste une technique à travailler et pareil pour la radio, ça a rien à voir, poser sa voix parler distinctement pas trop rapidement, avec un débit compréhensible par tous, c'est pas du tout comme être tout seul derrière son ordinateur et écrire son papier.

- *Et finalement vous avez travaillé le web je suppose ?*

- Ba pas tant que ça. Un peu. Mais je pense justement que c'est ce qui manque aux masters de journalisme, il manque cette dimension web. Bon c'est vrai que quand tu peux le plus tu peux le moins. Du coup, si tu peux écrire pour la presse, tu peux écrire pour le web. Mais ça demande une adaptation. C'est pas : « je sais tout faire donc je peux écrire sur le web ». Il faut savoir passer du papier à Internet. Moi je pense que les journalistes devraient savoir faire ça. Et c'est vrai que ça demande une petite adaptation. Et du coup on n'est pas tellement formé.

- *Du coup quand tu t'es retrouvé au Grazia à faire de la mode pour le web, qu'est ce qui t'a paru facile, difficile ou finalement est ce que tout t'est venu naturellement parce que tu es de cette génération Y... ?*

- Non. Je pense qu'au début... En fait c'est très personnel, parce que moi j'ai pas envie

d'écrire « web » parce que je suis sur le web. C'est-à-dire que j'ai pas envie de me contraindre... par exemple c'est vrai qu'on dit, bon faut pas le dire à Bérénice (rires), mais c'est vrai qu'on dit qu'il faut faire des phrases courtes.

Le web, ça fonctionne comme ça parce que culturellement et presque humainement parce que t'es derrière ton ordinateur t'as pas envie de lire un truc de 10 pages mais moi je me dis, on n'arrivera pas à faire plus lire les gens sur le web si on ne les force pas un peu. De toute façon, moi quand je suis arrivée, j'ai écrit comme je savais écrire et puis elles me corrigeaient. Je me suis adaptée un peu à leurs corrections au fur et à mesure. Mais encore maintenant quand je trouve qu'une phrase est pertinente, qu'elle donne des informations, qu'elle est bien écrite et que tu as tout dedans, même si elle fait deux lignes et qu'on est sur le web, je la laisse quand même et elle fera deux lignes. Le tout c'est de ne pas être dans une espèce de prose qui sert à rien mais ça, je trouve que c'est valable sur le papier et sur le web.

Après c'est vrai qu'on a des contraintes sur le web qui ne sont pas les mêmes, qui sont le référencement, des questions techniques quoi. Ton papier, il faut qu'il remonte le plus vite sur Google, du coup faut qu'il y ait plusieurs fois le même mot... Mais sinon écrire sur le web pose les mêmes contraintes journalistiques que sur le papier. Il faut qu'il y ait des infos et que tu respectes ton angle.

- C'est pour ça que depuis qu'on est obligé de raccourcir nos chapeaux depuis le nouveau site, j'ai cru comprendre que ça t'énervait un peu.

- Oui mais ça c'est une autre histoire. On a pas le temps de développer. Parce que plus c'est court, mieux c'est sur le web. Mais du coup le chapeau sert d'introduction. Parce que souvent dans un article tu as ton chapeau, une introduction mais qui fait parti du corps de ton article, c'est souvent le premier paragraphe de l'article, et l'article. Nous, on n'a pas ce premier paragraphe. Du coup moi ce premier paragraphe je le mets dans le chapeau. Donc quand on nous demande de faire un chapeau de deux lignes, qui serait comme un chapeau de mag, je n'y arrive pas parce que je n'ai pas mon introduction sinon.

- Quand tu fais un shopping, comment arrives-tu à faire la part des choses entre tes goûts, la conformité à la ligne éditoriale et l'approbation de Bérénice... ?

- Le truc c'est qu'on est toujours partagé entre subjectif et objectif, c'est-à-dire entre notre ligne éditoriale et notre goût personnel. Et bizarrement, y'a un troisième facteur qui rentre en compte : c'est notre instinct. Parfois on sent ou pas, et je ne pourrais pas te l'expliquer scientifiquement, on sent ou pas, et ça, ça fait aussi parti de notre métier. Si tu ne l'as pas ce sens de la mode, et ce dans chaque rédaction : il y a le sens de la mode Grazia, le sens de la mode Elle... et aussi le sens de la mode telle qu'elle est en train de se faire en ce moment, et bien tu n'es pas dans le bon métier.

Du coup, notre ligne éditoriale, c'est-à-dire, une mode plutôt jeune, active, vintage mais pas ringarde, plutôt axée sur le mix&match avec à la fois des marques populaires, fast-fashion mais aussi des choses beaucoup plus pointues, et en même temps des marques de luxe qui sont des marques culturelles. Ca, c'est notre ligne éditoriale. Après il y a nos goûts. On peut trouver que le dernier machin Carven est dégueulasse mais c'est le dernier machin Carven. Du coup si on ne le met pas, on ne donne pas aux gens l'information de ce qui est train de se faire dans la mode en ce moment. Et ce troisième facteur un peu fluctuant, c'est ce sens de ça, ça va et ça, ça va pas. Mais tu l'expliques pas vraiment. Ca, c'est Gucci mais ça va pas (rires).

Mais parfois on a ce truc de la marque, on dit bon c'est le dernier truc Gucci donc c'est forcément tendance. Mais parfois juste on se rend compte que dans ce shopping là, dans ce

qu'on est en train de dire ça va pas.

- Et justement, une fois, tu écrivais ton commentaire pour un défilé et tu disais que tu ne pouvais pas dire que c'était moche parce que la marque était annonceur. Comment tu gères ça ? Parce qu'en tant que journaliste, ça serait une info de dire que la dernière collection Gucci est ratée mais en même temps tu ne peux pas...

- Le problème que tu as dans un magazine féminin, et c'est le même dans tous les magazines féminins, c'est que – les journalistes politiques ont leurs contraintes, les journalistes culturels ont leurs contraintes - et les journalistes mode ont cette contrainte de l'annonceur qui fait vivre le journal. C'est-à-dire que sans lui, ce n'est plus la peine de venir travailler le matin.

Et bon, l'annonceur a aussi la contrainte de plaire, c'est le serpent qui se mord la queue, c'est une dualité constante : chacun a besoin de l'autre et chacun voudrait prendre son indépendance par rapport à l'autre. Du coup on essaie, de rester un minimum objectif sans heurter les sensibilités, les egos. Tout ça est très politique parfois.

Du coup on a pris le parti, la ligne éditoriale au Grazia est une ligne éditoriale positive que ça soit en mode, en beauté ou en people. On n'est jamais là pour descendre un produit, descendre un people, descendre une marque. On fait pas ça. Il y a certains magazines qui ne se privent pas, comme les magazines people qui font aussi de la mode, parce qu'ils n'ont pas les mêmes annonceurs.

Dans l'Express, ils peuvent dire qu'un restau est pas bon, ils s'en fichent, le restau leur rapporte rien. Nous on essaie d'être dans un rapport harmonieux avec l'annonceur. Du coup, si on déteste un truc, on ne dira pas que c'est bien mais on ne dira pas non plus que ce n'est pas bien.

- Toujours dans ce rapport aux marques, c'est vrai aussi qu'il est arrivé que tu me dises : « Mets tel truc, je trouve que c'est pourri mais ça fera plaisir à l'attaché de presse », par exemple dernièrement avec Maty pour le shopping bijoux.

- Oui, mais Maty ils sont annonceurs. Maty ils annoncent beaucoup dans le magazine, du coup ça peut être des annonceurs qu'on peut récupérer.

Nous, plus on a de moyens, c'est ça aussi qu'il faut se dire, plus on a de moyens, plus on est libres. Du coup si Maty te dit qu'on va peut-être annoncer sur le site, du coup nous ça nous coûte rien de mettre une paire de boucles d'oreilles, la plus basique possible, pour qu'on puisse pas nous dire que c'est moche, mais... voilà.

- En fait tu ménages toujours la chèvre et le chou un peu ?

- Voilà. On essaie de faire de la mode, et c'est pareil pour toutes les autres rubriques du site, de manière harmonieuse et positive et voilà. Après je choisirai pas le truc Maty que je trouve immonde. Tu te rends même pas compte du nombre de mails que j'efface par jour parce que ça ne correspond pas et ça ne correspondra jamais à notre ligne éditoriale et notre identité visuelle.

- Et pour la beauté, parce que tu es aussi rédactrice beauté... Pour le peu d'articles beauté que j'ai fait, venant d'une formation de communication, j'avais vraiment l'impression de faire de la com' parce que je vantais les mérites d'un produit, sans l'avoir testé, sans avoir eu des témoignages. Et finalement je faisais un recopiage de communiqué de presse. Comment tu gères ça toi ?

- En fait, en beauté, ce qui est compliqué effectivement, c'est donner des conseils sans... Parce qu'autant une veste en cuir, on en a toutes une fois portée, on sait ce que ça fait, autant le gommage machin-truc, on l'a pas forcément toutes essayé. Du coup, moi j'essaye, mais c'est pas forcément évident, j'essaye d'être le plus neutre possible par rapport à la beauté.

Et d'introduire, ce qu'elles faisaient pas beaucoup avant que j'arrive et que j'aimerai développer encore plus, c'est les test de rédaction. Parce que je pense que la beauté...

Autant j'aime l'analyse dans la mode, autant j'aime le test dans la beauté, c'est-à-dire raconter ce qu'on a vécu. Parce que l'analyse dans la beauté, moi je peux pas analyser une crème solaire. Je peux analyser une collection, je peux dire les influences culturelles, ce qu'elle apporte pour le futur, ce qu'elle a gardé du passé, mais je peux pas faire une analyse de collection de maquillage. Alors que souvent, ils essaient de donner une sorte d'angle à leurs lignes de cosmétiques. Et du coup, j'essaie de décrire ce qu'est censée faire cette crème. Bon on sait tous ce qu'est censée faire une ombre à paupières. Du coup, ça sera plus comment l'utiliser, avec quoi la porter. Mais pour les soins, ça sera plutôt ce qu'elle est censé faire. Mais par contre, dans nos papiers tests, d'être vachement plus dans la subjectivité, de dire ça c'était bien ou ça moins bien.

Le truc, c'est que comme on est toujours dans cette démarche un peu optimiste de la vie, si je teste un truc qui me déplaît fortement, je n'en parlerai pas. Et je préfère même aussi en termes d'informations, donner à la lectrice des informations. Ça sert à rien de lui dire : « ça, c'est pourri, ne le prend pas ». Oui, si c'est ta copine tu lui dis. Mais pour des lectrices faut mieux leur donner les informations dont elles ont besoin : « ça c'est bien ».

- Et ça qui expliquerait alors l'importance accordée aux présentations presse ?

- Ca c'est beaucoup de relationnel. C'est bien d'entretenir des bonnes relations avec les attachés de presse. C'est bien de se voir, c'est bien de se parler, on est des êtres humains, on n'est pas que deux ordinateurs qui correspondent une fois de temps en temps. On a besoin de se raconter les derniers trucs qu'on a fait sur le site, que l'attachée de presse nous disent ce qu'ils vont faire, leur nouveautés...

Parfois, on demande juste aux attachés de presse s'ils sont contents de cette collection. Parce que s'ils sont contents de cette collection, parfois ça donne plus une idée de ce qu'il va se passer. Et après c'est vrai que c'est bien, mais ça c'est plus personnel, je me souviens plus des collections que j'ai vues. Les présentations auxquelles je ne suis pas allées, je me souviens moins bien de la collection. Et pour les produits, c'est aussi l'occasion de les tester. Parce que comme tu repars avec les produits, du coup comme tu repars avec les produits, tu peux les tester.

- Est-ce que le niveau de tes relations avec les attachés de presse, je pense surtout à Margaux de chez Dress Code ou Mimo de chez Pop&Roy avec qui vous êtes plus « familières », va déterminer le fait que vous parliez plus des marques qu'elles représentent ou non ?

Non. De toute façon il y aura toujours des gens dans tous les métiers du monde avec qui ça se passera mieux. Après faut pas que ça devienne : « c'est ma copine, donc je mets son truc ». C'est juste que comme les relations sont plus faciles, dans un moment de difficulté, on se tournera plus naturellement vers elles.

- Quel type de moments de difficulté ?

Ba il te manque un truc pour finir ton shopping, faut que tu publies dans 10 minutes, tu vas voir plus Margaux. Mais si t'as pas de contraintes, ça peut pas devenir un élément

journalistique.

- Dernière chose : lors du dernier renouvellement de la carte presse, toi et Frances, vous avez eu un discours assez commun qui était de dire « c'est cool d'avoir la carte de presse mais c'est un peu gênant de l'avoir, nous. »

Oui alors ce sentiment Francesca l'a beaucoup moi je l'ai beaucoup moins. C'est vrai que dans le journalisme, dans les gens qui ont la carte de presse en tout cas, y'a tout et n'importe quoi. Y'a des gens qui sont dans l'édition, donc qui n'écriront jamais de leur vie par exemple. Y'a des gens qui font de la maquette, qui écriront jamais de leur vie. Et y'a le mec qui part à Homs se faire butter ! Tu vois...

Et les mecs du Petit Journal à qui on vient de l'enlever parce qu'on considère qu'ils font du divertissement et pas de l'information. Après c'est pas moi qui vais juger de qui devrait l'avoir ou pas. En soi, si on me l'enlevait, ça changerait rien à ma vie parce que c'est cool de passer aux expos sans payer... enfin si je crois qu'il y a un truc au niveau des impôts qui peut être pratique (rires).

Mais c'est vrai que le nombre d'encartés a beaucoup augmenté ces dernières années, ça s'est élargi à pas mal de secteurs, mais moi... moi personnellement, je ressens pas de culpabilité particulière à l'avoir. J'ai fait des études de journalisme, j'ai été engagée dans une entreprise de presse, j'écris tous les jours. Et c'est pas parce que c'est de la mode, que c'est pas du journalisme. C'est pas parce que c'est Grazia que c'est pas du journalisme. C'est pas parce que c'est centré plutôt sur une activité qui est plutôt agréable et ludique que c'est pas du journalisme. Le tout c'est de donner de l'information aux gens.

Les gens qui sont à « Vétérinaire magazine » ont la carte de presse. Donc enfin moi ça me pose pas de problème particulier. Je comprends qu'il y ait un monde entre moi et les grands reporters. Et même dans la notion de grands reporters, il y a un monde entre ceux qui sont vraiment grand reporters et ceux qu'on appellent comme ça parce qu'ils écrivent juste des longs articles.

Annexe n°5 : Entretien Bérénice de Cessole, Responsable éditoriale de Grazia.fr

- J'aimerais que tu me dises concrètement quels sont tes missions au sein du site ?

- Alors responsable éditoriale du site, ce qui revient à rédactrice en chef du site. Moi en fait je suis garante avant tout de la ligne éditoriale du site. La ligne éditoriale du site a été conçue dès le départ avec le lancement du Grazia.fr et du magazine. Moi j'étais là au début. Donc j'ai vraiment pris part à la création de la ligne éditoriale. Création de la ligne éditoriale équivaut à ce qu'on met dans le site, quelles sont les rubriques, les tons donnés aux articles, quelles informations on donne... Ca va de tout ça à quel angle on veut donner à un article, quelle qualité visuelle on veut donner au site, donc y'a beaucoup de choses. Moi je suis là pour vraiment donner une cohérence au site et à sa ligne éditoriale, que ça ne parte pas dans tous les sens. D'où le fait qu'au début on vous disait de ne pas trop mettre d'anglicismes, on n'utilise le « on » plutôt que le « vous », toutes ces choses là qui font que le site va avoir un aspect cohérent et va ressembler ce qu'on a voulu faire de Grazia.fr.

- Et donc justement qu'est ce que vous avez voulu en faire de Grazia.fr ? Quelle est cette ligne éditoriale ? Comment l'avez-vous conçu, imaginé ?

Alors déjà on est parti des éditions existantes. Je crois qu'il y a 15 éditions dans le monde, peut être un peu plus je crois maintenant... Donc on est parti de l'existant, donc y'a une grosse analyse de « qu'est ce que Grazia dans le monde », comment est le Grazia italien par rapport au Grazia anglais, on s'est surtout basé sur le Grazia italien et le Grazia UK, parce que après t'as des pays bien spécifiques. T'as le Grazia Croatie, les Emirats etc... Donc y'a une grosse analyse de marché... Ca a été fait par des cabinets, des cabinets d'experts sur le sujet. Et on a essayé de se positionner par rapport au marché français. Qu'est ce qu'on prend de l'ADN du Grazia italien, de celui du UK. Donc si tu veux l'italien, il a 60 ans d'existence, c'est vraiment le Elle de l'Italie. Il est assez chic, il est très statique mais il est un peu vieux, c'est à dire qu'il est vieillissant. C'est vraiment le magazine des mères italiennes qu'elles ont transmis leurs filles. Par contre tu vois le UK, il est très axé people, très gossip, les couvertures sont assez agressives. Ca colle complètement à ce que les anglais aiment aujourd'hui dans la presse.

Donc nous on s'est un peu positionné entre ces deux là en disant voilà nous on va être un magazine qui va être très haut de gamme, très luxe parce que c'est ce que les françaises aiment, c'est ce que les françaises attendent sur le marché. Donc tu vois avec des couvertures mode qui marche très bien - les couvertures mode sont celles qui marchent le mieux par rapport aux couvertures people - tout en donnant un côté rock déjà à la mode, la mode qui est beaucoup moins... qui est plus osé que l'italien, y'a une vraie part aux petites marques qui a été donnée, y'a tout le concept du mix&match, de l'easy chic, ce genre de concept très Grazia... donner une grosse part aux people puisque les français s'intéressent aux people. Et donner aussi une grosse part de société, société qui est très présent, plus que l'italien. D'ailleurs le concept a été repris de l'anglais qui marche très bien, c'est le concept des « ten news », les 10 news de la semaine ça vient de là. Y'a eu tout ça.

Après y'a eu des études de marchés sur comment se positionner par rapport à un marché qui est quand même très très développé. Le secteur féminin, tu vois on arrivait face au Elle, au Glamour, des titres quand même très implantés. Donc voilà, comment prendre part sur ce

marché un peu encombré, essayer d'aller récupérer des annonceurs...etc. Et finalement tu vois qu'au bout de 3 ans, finalement le magazine et le site se sont bien installés et ont permis d'acquérir une part de marché assez grosse.

Et après pour le site, on a fait la même chose, on a fait une énorme étude de marché sur ce qui se faisait sur Internet dans les titres féminins. On a beaucoup regardé ce qui se faisait à l'étranger. Y'a eu un gros travail sur la réalisation graphique pour essayer de donner...

Ce qui est compliqué quand tu sors un magazine et un site internet, c'est que tu sors une marque, une marque globale. Tu vois maintenant la marque, elle est pluri-médias : t'as l'appli mobile, t'as l'appli ipad. Après c'est comment décliner cette marque sur différents supports, c'est là où le travail de chacun et l'expertise de chacun a été importante. Tu vois sur le site on a repris l'ADN globale du titre de Grazia, en déclinant les rubriques. On a une grosse part de l'éditoriale axée sur la mode, la beauté, les peoples. Après on a fait des adaptations par rapport au magazine. Par exemple nous la société c'est quelque chose qui marchait pas bien au début, donc on l'a arrêté à un moment donné et voilà. On a fait des études mais sur Internet, t'es en direct, puisqu'on a nos statistiques qui nous disent ce qui marche, ce qui marche pas et la société ça marchait pas, les sujets sur la culture ça marchait pas trop non plus, parce que sur Internet on a un lectorat qui est très difficile à capter.

C'est pas un lectorat captif. C'est comme toi ou moi quand tu vas sur internet, tu papillonnes. Y'a des sites phares sur lesquels tu vas mais tu vas pas forcément tout trouver ce que tu veux sur UN site internet. Ba voilà pour la culture y'a des gens qui préfèrent aller sur les inrocks parce qu'ils sont beaucoup plus spécialisés que nous, pour la société ba moi tu vois je vais aller lire le figaro ou libé en ligne et par contre pour la mode je vais aller sur Grazia. Chacun a sa spécificité et on dépend quand même beaucoup des aléas de l'audience.

- Mais justement la rubrique société est revenue avec la nouvelle version du site, avec notamment l'intégration en ligne de contenu du magazine. Pourquoi ?

- Ca c'est des stratégies différentes, en quatre ans il se passe des choses. On a quand même un historique de ce qui marche et de ce qui ne marche pas. Avec le nouveau site, l'idée c'était de faire quelque chose de plus élaboré, donc il a fallu qu'on augmente le nombre de rubriques. Si on se contentait de la mode, des peoples et de la beauté, c'est vrai que le site n'était pas assez développé donc on a réintégré effectivement des rubriques comme la société, la culture...etc sauf que cette fois-ci on fait la part des choses entre les contenus qui génèrent de l'audience et les contenus qu'on fait pour l'image de marque. Donc on a intégré la société et la culture pour une question d'image de marque parce que le Grazia c'est pas que de la mode et de la beauté.

(pause de 5 minutes pour cause de quinte de toux persistante)

Un site internet c'est un éternel compromis entre faire de l'audience, faire des trucs qui marchent mais il faut de tout, et une marque a différentes images et il faut passer ça aussi sur le site internet. Donc après...voilà.

- Finalement qu'est ce que ça apporte à un titre féminin de faire de la société et de la culture ?

- C'est justement pour se différencier de certains titres. Tu vois par exemple le Elle est très « société » par exemple. Donc après pourquoi on a fait des changements ? C'est comme quand tu fais des nouvelles formules pour un magazine. Tu fais des tests tout simplement. Donc voilà avec la nouvelle version du Grazia on a voulu faire des tests. On a encore du mal à voir les effets immédiats puisqu'il faut au moins deux mois pour voir vraiment la différence avec le nouveau site mais déjà on se rend compte que...

Alors tu vois, ça on le savait, la société n'est pas un carton d'audience mais par exemple des rubriques comme la rubrique au quotidien avec pas mal de vie pratique ça marche pas mal. Les témoignages qui touchent plus la société mais qui peuvent toucher aussi des questions de couple, sont des choses qui marchent bien. Et après voilà tu te rends compte que ton site soit un peu diversifié, sinon tu deviens un site complètement spécialisé mode. Après tu sais que les féminins, la grosse part est faite à ces thématiques là, ne serait ce que pour les annonceurs qui sont surtout des annonceurs mode et beauté. Même exclusivement. C'est là dessus qu'ils cherchent l'audience.

- Mais du coup à la base le mag et le site ont été construit indépendamment l'un de l'autre ?

- Oui et non. Y'a une volonté de la part de Mondadori de sortir, c'est très rare, ça n'arrive pas toujours dans les groupes de presse, de sortir en même temps un magazine et un site internet. Y'avait une vraie volonté de la part du groupe de se positionner sur internet donc ça a été fait. Après les liens ne sont pas toujours faciles. C'est vrai que c'est deux rédactions différentes, deux rythmes de travail différents, ce sont des budgets différents, les moyens ne sont pas les mêmes...etc. Et aussi il ne faut pas oublier qu'un site internet ça rapporte entre guillemets moins d'argent, même si le magazine n'est pas rentable non plus, mais si tu veux un site internet, tes annonceurs, c'est moins. Les budgets annonceurs sont moindres par rapport au budget pub du magazine.

- Et justement, par rapport à ces relations entre le magazine et le site, quand je suis arrivée, j'avais vraiment l'impression qu'il y'avait un mur entre le site et la rédaction mode du mag avec qui on partage pourtant le même openspace.

- Mais parce que oui. Quasiment dans toutes les redac' c'est comme ça, au Elle etc. Maintenant on tend à rapprocher les redac mag et web sauf que tu vois c'est toujours compliqué par ce que chacun au quotidien est dans son boulot et n'a pas le temps de s'occuper de ce que fait l'autre. La mode ils sont en train de shooter leurs séries. Quand toi tu va leur demander de prendre une vidéo des backstages de leurs séries mode, ba forcément ça les emmerdent, ils ont pas le temps, ils veulent pas être pris... etc. Donc chacun est pris dans son quotidien et la tête dans le guidon, et les gens ont du mal... ça manque de reflexe. Un journaliste papier ne sait pas comment travaille un journaliste web. Et inversement d'ailleurs. Mais je pense que dans quelques années vraiment ça ira mieux. Ça ira mieux et le web sera aussi plus considéré. Rien qu'avec la nouvelle version du site, on se rend compte qu'il y a un vrai investissement de temps et aussi financier de la part du groupe sur le web. On a beau dire depuis 5 voir 10 ans que l'avenir est sur le web, c'est long à rentrer.

- Et qu'est ce qui a motivé cette nouvelle version du site ?

- C'est une volonté d'une part que d'essayer de faire en sorte que le site et le magazine correspondent à une vraie entité. Nous depuis 3 ans on n'avait pas bougé et c'est vrai que le magazine avait connu quelques évolutions graphiques et autres quand même. Donc là on a essayé de s'en rapprocher. Et après la première raison évidente, c'est qu'un site au bout de trois ans, il est vieux. Un site faut qu'il évolue tout le temps. C'est l'essence même de la chose. Donc il était vieillissant. Il y avait aussi beaucoup de problèmes techniques. Et après aussi voilà c'était aussi pour montrer aux annonceurs qu'il y avait un nouveau site, leur redonner envie d'annoncer encore plus, leur montrer que la marque est dynamique, qu'elle existe sur le web. On a revu pas mal de choses sur l'ergonomie du site pour augmenter le nombre de visites.

- A propos du web, tu m'avais dit une fois que tu pensais que si les journalistes web tendaient un peu à galérer aujourd'hui, ça serait eux les stars d'ici quelques années. Francesca me disait même tout à l'heure qu'elle pensait que le papier allait disparaître. Qu'est ce que toi, tu entendais par là ?

- Je suis pas sûre que le papier disparaisse. Je pense que le réflexe web va être de plus en plus présent dans les esprits. Et effectivement, aujourd'hui, on a l'impression, et c'est pas faux, que les gens qui surfent sur des sites sont surtout des jeunes. Et je pense que ça sera de moins en moins le cas. Et ce qui nous fait dire ça aussi c'est la mobilité. C'est que tu vois aujourd'hui les gens sont connectés 24h / 24. C'est à dire que partout où tu vas, même en vacances, tu vas avoir une connexion wifi, tu vas avoir ton iphone, un ipad. T'es tout le temps incité à ça. Déjà ça, ça va jouer.

Et après le papier, c'est juste que les couts d'un magazine papier sont énormes. J'y connais pas grand chose au magazine papier mais c'est des couts de structure beaucoup plus lourds que des couts d'un site internet. Et je te dis après c'est aussi l'évolution des mœurs, des mentalités, et puis t'as envie de ... Même un hebdo, enfin moi je trouve, un hebdo ça paraît presque vieux. Les gens je pense sont aussi de plus en plus accros à l'information. Que ce soit de l'information plus ou moins sérieuse. Ca devient des addictions. Et aujourd'hui tu te rends compte...

Y'avait une étude qui t'expliquait que les gens passaient plus de temps devant internet que la télé. Ca te montre bien que c'est un média qui devient omniprésent dans les esprits. Maintenant ici, là, t'as pu te rendre compte que c'était pas facile, qu'on ramait un peu quand on était le web, mais c'est l'historique aussi. On est dans un groupe de presse ici, qui fait de la presse depuis des années et c'est leur cœur de métier. Leur cœur de métier, c'est pas le web. Donc après ils savent pas trop comment ça marche, c'est compliqué. Depuis quelques années, on leur dit le web, le web, le web. Mais ils savent pas trop ce que c'est, comment ça marche... Si tu vas dans un pureplayer comme Aufeminin.com, c'est pas du tout la même chose, ça n'a rien à voir, c'est pas du tout considéré de la même manière.

- Et toi justement t'as eu une formation particulière dans le web auparavant ?

- Moi j'ai un parcours un peu atypique. J'ai pas fait de journalisme, j'ai fait du droit avec une spécialisation du droit d'internet. Donc déjà ça me travaillait un peu. Après j'ai fait une 6^e année de spécialisation à l'ESCP, l'école de commerce, de spécialisation de management des médias et de l'édition. Et j'ai fait mon stage de fin d'année dans une petite boîte sur internet

qui était spécialisé en e-tourisme. En fait c'était une boîte qui regroupait une SSII et une maison d'édition, Gallimard. On créait des sites de e-tourismes. C'était des collectivités territoriales comme la ville de Narbonne, la région Maurienne, qui commandait des sites. Donc nous on écrivait des papiers, on envoyait des gens sur le terrain... etc.

-Et quand tu étais en droit, tu pensais déjà à faire ça ?

-Je savais pas trop ce que je voulais faire. J'ai fait du droit parce que je savais pas quoi faire en fait. Et finalement le droit j'ai bien aimé, je me suis laissée prendre au jeu. Et en 5^e année quand il a été question de savoir si je voulais passer le barreau, je me suis dit : « non pas possible ». Donc j'ai pensé à Internet très vite. Et quand j'étais à l'ESCP on se rendait compte que tout le monde voulait aller dans les médias papier et on se rendait compte déjà que c'était assez bouché. J'ai voulu prendre l'autre porte en me disant qu'il y avait peut être un truc à jouer là dessus. Et si tu veux, j'ai été embauchée direct après mon stage. J'ai fait deux CDD donc je suis restée quasiment deux ans où j'étais... Ba où j'écrivais déjà. Après ils m'ont mis un peu chef de projet éditoriale, ce qui revient un peu à...

On était pas beaucoup. J'ai commencé à gérer une petite équipe de pigistes que j'envoyais sur place, j'avais beaucoup bossé avec les développeurs donc c'est là que j'ai un peu acquis cette expertise technique. Donc c'était très formateur parce que c'était une toute petite équipe, et après les choses ont fait que la boîte avait pas les moyens d'embaucher plus, donc je suis venue ici.

- Comment ça s'est passé ?

Alors j'ai trouvé sur Internet. J'ai trouvé une annonce où ils cherchaient, c'était pas du tout mon métier. C'était genre chef de projet. Et moi quand je suis arrivée là bas je leur ai dit que j'étais pas du tout chef de projet technique, que j'étais surtout dans l'éditorial. Et du fil en aiguille, mon profil les a intéressés. Donc j'ai été prise ici. Donc je suis arrivée au tout début du projet de Grazia. Donc j'ai bossé pendant un peu plus d'un an ici sur le projet de Grazia. Au début on était deux dessus, puis ensuite trois, puis ensuite on a recruté les journalistes pour monter l'équipe etc.

Donc j'étais là depuis les études de marché où on a du... Y'a eu plusieurs versions de Grazia. On nous avait dit en 3 semaines, faut que vous ayez créé le concept du site. Donc on était deux avec la responsable marketing du site, enfermée dans une salle, avec des documents ultra-confidentiels et fallait qu'on trouve ce qu'allait donner le site de Grazia. Ca a été long mais ca a été vraiment une super expérience. Créer un site, vraiment je te le souhaite, c'est vraiment chouette. Ca allait de tout : à quoi va ressembler ton site, qu'est ce qu'on met dedans, qu'est ce qu'on va faire fonctionner, quelles vont être les rubriques phares, quel est le ton. Bon le ton on le faisait en parallèle avec le magazine. Après y'a eu les études de marché, la recherche du DA parce qu'on a fait appel à une agence graphiste pour créer le site. Au début on avait 6 projets de Grazia mais complètement différents des uns des autres. C'était fou. Voilà on briefait les agences et il nous sortait des projets et donc on a choisi la maquette. Et puis ensuite on a constitué l'équipe. Ca va de recruter les journalistes, contacter les agences icono, voir comment on répartit les budgets.

Et après y'a eu, bon ça je l'ai suivi de loin, tu vas parler à une équipe technique et dire « *ba voilà, moi j'aimerais qu'il y ait ça dans le site, que quand tu vas sur la rubrique mode tu arrives là dessus...* » Donc là tu parles à un chef de projet, qui lui même parle à des développeurs. Donc le chef de projet va retranscrire tes demandes éditoriales et les demandes du marketing pour ensuite les transcrire et que les développeurs puissent développer ton site.

Pour en revenir au boulot que je fais. Moi je suis garante de la ligne éditoriale. Comment faire marcher le site au quotidien : le planning éditorial, les sujets, la répartition des sujets, la correction des articles, la mise en ligne, checker que les photos sont bien conformes à ce que je v... à la ligne du site. Et puis ensuite tu as tout l'autre aspect que tu n'as pas vu, je suis en contact quotidien et intensif avec la responsable marketing. On travaille vraiment main dans la main pour faire en sorte que le site fonctionne bien, que l'audience augmente. Donc si tu veux tous les jours je vois les statistiques d'audience, voir ce qui a marché, ce qui n'a pas marché. Et avec la responsable marketing ça nous permet de voir les sujets qu'il faut développer, le nombre de pages vues ou « *ba tiens de l'article mode, y'en a pas mal qui sont allé vers la beauté ou vers les articles en dessous, donc ça veut dire qu'il faut plus de lien entre les articles...* » Donc y'a tout cet aspect là.

Et il y a aussi l'aspect partenariat. Puisque le marketing web et le marketing mag élabore des partenariats pour la marque. Et moi j'interviens aussi là dedans. Par exemple on va faire un partenariat avec le Printemps, moi j'assiste à des réunions où je vais proposer ce qu'on peut faire au niveau du site, par exemple faire un streetstyle, mettre en avant ça ou ça.

Après y'a toute la partie réseaux sociaux qui est importante. Bon en l'occurrence on est une petite équipe donc c'est moi qui le fait mais tu peux avoir un community manager... On a un community manager mais qui lui va être plus sur la stratégie à avoir sur les réseaux sociaux. Maintenant les post de Facebook et Twitter c'est nous qui le faisons.

-Justement, je voulais savoir, comment tu organises le planning des articles : tu fais un programme à l'avance ou tout se passe en flux tendu ?

- En fait y'a deux parties. Moi j'établis un planning en fonction des marronniers et du référencement. Je vais voir avec la responsable référencement que par exemple à partir du mois de mars, les gens tapent maillots de bain dans leur moteur de recherche, donc c'est bien de commencer à faire des articles sur les maillots.

Donc moi j'ai un planning de marronniers que j'établis la dessus avec les grandes lignes et ensuite on fonctionne aussi en flux tendu parce qu'on est un quotidien et que sur internet on fonctionne aussi comme ça en fonction de l'actu, de la météo. J'ai une liste de sujets mais je les dispatche en fonction de ce qu'il se passe au jour le jour. Après ça dépend aussi de ce que fait le magazine. C'est vrai qu'on essaie aussi d'être raccord avec les gros dossiers. S'ils sortent un spécial maillots on va faire aussi un spécial maillots etc. Mais oui il y a beaucoup... La mode comme ce ne sont pas des contenus chauds, on se dit qu'on va faire tel article ce jour là...etc.

- Oui et je me souviens que tu disais à Jordane de garder tel ou tel article pour une semaine en particulier où le site devait faire beaucoup d'audience...

- Oui exactement. En fait, on fonctionne de façon plus ou moins stratégique. Tu sais sur ton mois les gros dossiers qui vont vraiment bien marcher. Avec l'expérience au fur et à mesure tu sais ce qui marche. Donc forcément moi je les sors au moment où on a plus ou moins besoins d'audience et j'essaie de les dispatcher, ce qui est logique. C'est comme dans un magazine : tu vas pas mettre tes 20 meilleurs sujets dans le même numéro et ensuite ne plus rien avoir. Donc je les dispatche en fonction de ça.

Et aussi ce que tu as dû souvent entendre, y'a une autre partie qui intervient dans mon métier, je suis sollicitée par la publicité puisqu'on a une personne qui régie les relations avec la régie publicitaire puisqu'on a une régie extérieure à Grazia qui va donc chercher les annonceurs et qui va te dire donc que ce mois-ci on a 14 édito à faire sur Clarins. Donc moi je suis là en général... Soit c'est imposé et ils commencent à connaître les rendez vous de Grazia soit au contraire je suis là pour leur proposer : « *bon ba Clarins on peut leur proposer un « Je shoppe quoi » ou tel ou tel article pour présenter les produits.* » Et la pub à coté va me dire : « *bon on est le 20 du mois, on n'a pas assez de pages vues pour délivrer toute nos pubs, si tu peux faire en sorte que d'ici la fin de la semaine on monte en audience ça serait bien.* »

- *Parce que toi tu as des objectifs de vues par semaine ou ... ?*

- Moi j'ai pas des objectifs moi, mais le site a des objectifs d'audience. Par exemple pour le mois de juillet et le mois d'aout on n'a quasiment pas d'objectifs de pages vues, de visites parce qu'il y a très peu d'annonceurs à cette période là mais je sais déjà qu'en septembre on a énormément d'audience à faire.

- *Donc en fait, plus tu as d'annonceurs, plus ils sont prestigieux, plus tu as de l'audience à faire ?*

- Exactement.

- *Et ça, ça se détermine avec les annonceurs au préalable ?*

- Ouai en fait, c'est un peu plus compliqué que ça. En fait Clarins par exemple va mettre 30000 euros sur la table pour annoncer sur telle gamme de produits et en fait il va estimer que c'est bien d'être sur Grazia, en fonction de l'audience sur Grazia, parce que plus un site aura d'audience plus leur pub sera vue et cliquée. D'où le fait qu'on est très sensible à ça et qu'il faut produire beaucoup d'audience pour que tes annonceurs soient là. Parce que le modèle économique aujourd'hui d'un site comme Grazia, c'est la pub. C'est le seul modèle économique qu'on connaisse. On vit grâce à la publicité. Et donc effectivement tu dois plus ou moins t'engager avec les annonceurs à faire tant de pages vues pour que leur pub soit vue. Et si c'est pas le cas c'est embêtant (rires). Oui parce que les annonceurs ont des rapports d'audience très précis. T'as les gens de la régie qui vont leur dire combien de fois leurs pub a été vu, combien de fois leur pub a été cliquée... etc. Donc s'ils se rendent compte qu'en gros ton article il a pas cartonné, t'es pas sûre que la fois d'après ils aillent pas chez Elle.

- *Et justement les publi rédacs ?*

- Donc justement les annonceurs placent de la pub, donc t'as les méga bannières, et de plus en plus ils demandent du publi rédactionnel pour avoir justement une publicité moins agressive, que son produit soit intégré dans un shopping multi-marques ou dans un publi-rédac'. C'est vraiment très demandé.

- *Et justement par rapport à ça, je voulais revenir sur l'affaire Tex. J'ai eu l'impression que cette affaire a été un exemple du fait que la publi-rédac ne rentre pas toujours dans la ligne éditoriale du site...*

- Ah ba oui souvent !

- *Mais comme toi tu me dis être la garante de la ligne éditoriale, comment t'expliques déjà que cela arrives ? Et comment toi tu gères ça en tant que responsable éditoriale ?*

Ba ça c'est l'éternel problème, l'éternelle complication entre l'éditorial et la publicité = argent. C'est à dire que la pub, eux ils ont quand même des objectifs à remplir donc forcément ils sont moins exigeants que moi sur qui sont les annonceurs et le genre d'annonceurs. Donc à partir du moment où quelqu'un comme Tex leur a dit : « *on vous prend pour X euros* », la pub leur dit oui. Sauf que là, et c'est aussi le problème d'avoir une régie extérieure, c'est qu'on est quand même censé avoir un niveau haut de gamme et c'est aussi pour ça que les annonceurs viennent, c'est pour une image de marque. Donc c'est pour ça que stratégiquement je ne trouve pas ça pertinent de faire annoncer Tex, alors qu' imagine Chanel arrive ce jour là et veut annoncer, je suis pas sûre qu'ils soient ravis de voir Tex. Donc là ça a été un parfait exemple de mauvaise communication parce que j'étais un peu mise au pied du mur, le budget avait été signé alors qu'on m'avait pas avertie.

Moi je l'ai redit à la pub et à la personne qui s'occupe des relations avec la régie, qu'on comprenait tout à fait qu'il fallait des annonceurs, qu'il fallait se prêter au jeu mais qu'il y avait des limites et que des choses comme Tex, c'était pas possible. On pouvait pas mettre ce genre de choses. Et dans ce cas là j'ai vraiment exigé qu'on mette quelque chose pour que ça soit identifié comme étant une publi-rédac.

- *D'ailleurs Francesca avait déjà mentionné que quand on fait une publi rédac, c'est pas forcément mentionné sur le site. Est ce que c'est volontaire, un oubli ?*

- C'est délibéré.

- *Pourquoi ?*

- C'est déjà parce que l'annonceur préfère que ça ne soit pas forcément mentionné. Et après aussi pour que ça se fonde plus facilement dans la masse du site. Tu vois pour TEX je l'avais mis parce que je voulais vraiment que ça soit identifié comme tel mais pour Grazia ça s'y prête moins parce que nos publi-rédactionnels sont quand même très intégrés au reste du site. Là c'est ce que les annonceurs aiment, c'est qu'on essaie vraiment d'en faire quelque chose de très fondu au site. Je te donne l'exemple de Clarins aujourd'hui, on n'a pas de contraintes. Ils nous ont dit que d'ici décembre, ça serait bien qu'on soit présent 14 fois et dans n'importe

quel article que vous feriez. Là ça nous laisse une marge de manœuvre énorme sachant que Clarins déjà c'est un produit qu'on place déjà.

- *Mais par exemple la rubrique Je shoppe quoi , c'était déjà vu comme un nid à publi rédac en quelque sorte ou pas du tout ?*

- Nan. On l'a fait parce qu'on trouvait cette rubrique sympa, c'était du concept éditorial pure. Et on s'est rendu compte que c'était un super concept de publi-rédac.

- *Donc du coup les marques choisies pour ces rubriques comme Bash, Maje, c'est des marques que tu choisis à chaque fois parce qu'elle rentre dans la ligne éditoriale du site ?*

Oui oui tous les « jeshoppequoi » qu'on fait correspondent à la ligne éditoriale. Bash correspond à Grazia, au même titre que Maje, Zara. Et après tu peux avoir des publi-rédac où on s'éloignent effectivement un peu, on a fait un truc Carol par exemple, mais sinon c'est au choix de la marque... euh non de la rédaction.

- *Mais concrètement comment tu définis qu'une marque va correspondre à la ligne éditorial du site ?*

- C'est très difficile à expliquer. C'est une expertise qui fait partie de l'univers de marques. Une marque a des codes. Nous c'est plutôt de se dire que ça correspond à l'ADN de notre lectrice et on va dire que c'est le genre de trucs qu'elle va pouvoir aller acheter. Et puis aussi parce que nous on aime les créations de cette marque et on trouve qu'elle correspond bien à l'ADN de la marque.

C'est un truc que tu sens, qui est très fait en interne, mais pour l'expliquer c'est difficile. En fait t'as une grille de lecture au fur et à mesure, tu sais que telle ou telle chose rentre dans les codes de ta marque parce que c'est branché, parce que c'est créatif, parce que c'est à petit prix mais ça reste cool, parce que telle ou telle personnalité va aimer cette marque. Et après c'est vrai qu'on arrive à des trucs absurdes où on dit que elle, elle est pas Grazia.

Ca fait partie de la ligne éditoriale. Quand tu as conçu une ligne éditoriale, t'as un univers de marques, t'as créé des codes et t'as des DO et des DON'T.

- *Par rapport à ces marques, j'ai remarqué qu'il y a une grande part de ton travail consacré au relations presse avec notamment les présentations presse et les marathons... Pourquoi c'est aussi important ?*

Dans ce métier là, t'as aussi une part de représentation de la marque parce que voilà tu te dois en tant que rédac' chef ou responsable mode comme Raphaëlle, on se doit d'être présente aux présentations presse pour que les marques t'identifient et se rendent compte que des gens du Grazia.fr viennent voir le truc. C'est du pure relationnel et ça fait partie intégrante de métier de journaliste et surtout dans la mode. On sait que la mode c'est le nerf de la guerre, c'est les

annonceurs et c'est tout simplement pour faciliter le contact. Quand les attachés de presse t'ont vu, elles t'identifient plus facilement et elles pensent plus à toi pour t'envoyer les informations directement, c'est quand même beaucoup plus simple. Et c'est vrai qu'il y a une grosse partie relationnel où on envoie les parutions avec Raphaëlle – parce qu'elles ont pas forcément le temps de le faire, que ça apparaît pas forcément sur Google - pour qu'elles voient qu'on parle d'elles, et tout simplement pour avoir de bonnes relations, et pour que ça deviennent d'éventuels annonceurs aussi.

- Mais du coup, t'as pas peur parfois de devenir de simples exécutants des attachés de presse ? Par exemple quand Dress Code nous avait envoyé le dossier de presse pour la collection capsule Brigitte Bardot chez Maje, on était toute d'accord pour dire que c'était moche et on l'a publié quand même une news là dessus.

- Ba oui. T'as la frontière toujours difficile, dans le métier de journaliste en générale. Y'a des trucs que t'es obligé de faire, en l'occurrence y'avait eu un partenariat entre le magazine et la collection capsule, donc après moi... C'était la stratégie de partenariat. Après rien ne nous empêche quand t'as un bureau de presse comme Dress Code qui essaie absolument de nous refiler Kipling, on le met jamais parce que cette marque n'est pas forcément adéquate pour le site. T'es obligé de faire des aménagements, ménager les susceptibilités des uns, être garant de ta ligne éditoriale et de pas te laisser corrompre par ça. T'essais de naviguer à travers tout ça.

Après c'est vrai quand t'as des annonceurs, t'es parfois obligé de les mettre mais par exemple y'a un truc sur lequel on cède jamais, que je ne supporte pas, c'est quand les annonceurs te disent : « *Faudrait passer cette news là parce que nous on a annoncé dans le magazine* ». Et là je réponds que : « *d'une part, c'est pas parce que vous avez annoncé dans le magazine que je suis obligé de le mettre. Et surtout, le magazine et le site internet étant totalement séparés, votre budget n'a pas été attribué au site internet donc non, je ne me sens pas obligé* ». Après c'est difficile. C'est pas parce qu'un site annonce qu'il faut publier partout des articles sur lui mais bon, il annonce pas pour rien.

-Comment tu arrives à garder ton indépendance éditoriale face à ça ?

- En refusant quand on n'est pas d'accord. Et accepter quand on te dit que c'est un partenariat magazine parce que t'as pas le choix. La plupart du temps, on se sent quand même très libre de choisir. Et puis y'a des marques qu'on met plus que d'autres parce qu'on les aime bien. Et encore c'est un autre sujet puisqu'il faut faire attention à varier les marques pour ne pas lasser la lectrice et tout le temps trouver de nouvelles marques parce que finalement elle a pas forcément besoin de toi pour voir ce qu'il y a chez Zara. Voilà.

- Et comment tu réagis quand Margaux par exemple t'avais envoyé un mail disant qu'il n'y avait pas assez récemment de publications dans le site sur les produits de ses annonceurs ?

- Ba écoute je lui ai répondu par un mail, sec mais diplomate on va dire, où je lui ai expliqué, qu'en soi il y avait eu quelques parutions - parce qu'en générale ils les zappent et quand tu

leur fais le compte... - et puis voilà, leur expliquer que tu peux pas toujours mettre les mêmes marques, il faut varier les plaisirs et que c'est aussi en fonction des actus du moment et de la collection. Cet hiver, y'avait une collection Maje moins bien, ba on l'a moins mis. Tu vas voir une collection Sessun super bien une année, et la saison suivante elle sera pourrie. Monop, y'avait une collection qui était vachement bien l'été dernier, on en a parlé. Pour le coup c'est ton libre arbitre de journaliste.

- *Mais c'est vrai par exemple qu'on est dépendant des attachés de presse, rien que pour les visuels des produits déjà, qui sont quand même le fondement du site. Le site est plus « visuel » qu' « écrit ».*

- Ba c'est pour ça que le relationnel est important parce que y'a des marques qu'on aime beaucoup et qu'on peut pas forcément mettre parce qu'ils n'ont pas de visuels en haute définition. Dans ces cas-là c'est aussi un travail avec l'attaché de presse où tu lui expliques que tu peux pas faire de parutions alors que cette marque est super et que tu aimerais la promouvoir mais que tu n'a pas de matériel pour. Mais les bureaux de presse tendent à améliorer tout le matériel pour le web. Ils ont plus l'habitude de travailler avec les magazines qui shootent les produits. Donc c'est pas du tout la même chose. Et tu te rends compte que de plus en plus de bureaux essaient d'avoir des visuels de natures mortes pour le web. Par exemple chez Dress Code, t'as quelqu'un dédié au web. C'est deux métiers différents. Parce que les attachés de presse qui bossent pas avec le web ne comprennent pas ce qu'on fait. Ils nous disent : « *on vous envoie l'article pour que vous le shootiez.* » On leur dit non, nous on fait pas ça, on n'a pas de prod'...

Quelques attachés de presse encore ont tendance à penser qu'une publication dans un magazine a plus d'impact que sur le web. Mais ça on n'en revient aussi. On n'en revient. Après c'est plus une histoire de personnes qu'autre chose... parce que finalement le web est très demandé. T'as la fille de Tod's qui m'a appelé ce matin pour me présenter la collection. Donc voilà.

- *Quand t'étais allée chez Chanel, c'était pour présenter le nouveau site ?*

- Oui c'était pour présenter le nouveau site. Mais là c'était dans une démarche de la pub parce qu'on renouvelle le partenariat pour la Fashion Week avec les vidéos Chanel. Donc là l'idée c'était de leur présenter le nouveau site, avoir leurs impressions... etc. Là c'est la partie du boulot avec le marketing et la pub. Parce que souvent quand tu as des projets qui se montent en général faut toujours qu'il y est quelque un qui représente l'éditorial donc c'est moi qui y vais dans ces cas là.

Annexe n°6 : Power Point de la formation édito-web dispensée aux journalistes stagiaires du Grazia.fr