

ÉRIC MEYER

RÉDACTEUR EN CHEF DU MAGAZINE GÉO

L'Alsace est attachante mais elle manque de dynamisme

Qui êtes-vous ?

E. M. • Je suis né en Alsace, à Guebwiller, où j'ai passé mon bac avant de rejoindre Strasbourg et les classes préparatoires du Lycée Kléber. Tout en suivant des études de commerce à l'Essec de Paris, je gardais à l'esprit mon rêve de gamin : devenir journaliste. J'ai fini par décrocher un premier poste au groupe Expansion. Journaliste, puis rédacteur en chef adjoint, j'y suis resté pendant huit ans. Après deux brefs passages chez Prisma Presse et au Figaro, j'ai créé avec un associé un nouveau titre, Arts Magazine. Il existe toujours et j'en suis fier ! Lorsque je suis entré en 2006 chez Géo en tant que rédacteur adjoint, j'ai réuni deux de mes passions, le journalisme et les voyages. Depuis 2010, je m'investis pleinement dans la « famille Géo » en tant que rédacteur en chef et je réussis à me réserver du temps libre pour ma troisième passion : le sport. Le tennis d'abord, et le ski – dans les Vosges bien sûr !

Dans le contexte actuel, peu favorable à la presse, comment Géo continue-t-il à séduire son lectorat ?

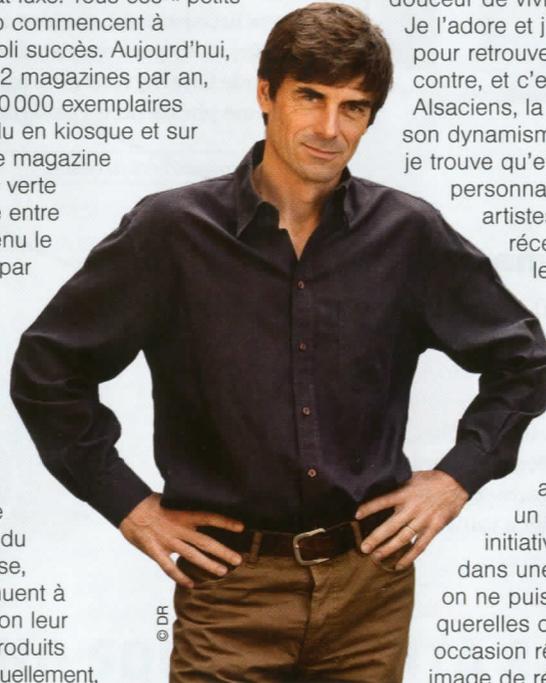
E. M. • Créé par le groupe allemand Gruner und Jahr, Géo est né en France en 1979. Le concept : présenter des pays, des villes, des peuples méconnus... en donnant la part belle aux photos. Avec mon équipe, nous nous sommes aperçus que les appétences de nos lecteurs ne se limitaient pas aux

voyages. Nous avons donc décidé d'étendre notre gamme avec des magazines monothématiques. Sont nés Géo Voyage (couverture bleue), Géo Histoire (couverture noire), Géo Savoir (en rouge) avec son approche surprenante de la connaissance à travers des sujets comme les sciences, la santé ou l'alimentation... Enfin, Géo Art, en grand format luxe. Tous ces « petits frères » de Géo commencent à rencontrer un joli succès. Aujourd'hui, nous éditons 32 magazines par an, à raison de 300 000 exemplaires par mois. Vendu en kiosque et sur abonnement, le magazine à la couverture verte reconnaissable entre toutes est devenu le 1^{er} mensuel lu par les Français. Son audience avoisine les 4 millions de lecteurs et quelque 250 000 exemplaires vendus chaque mois. En dépit du contexte de crise, les gens continuent à acheter lorsqu'on leur propose des produits innovants... Actuellement,

nous réfléchissons à une nouvelle mouture de notre site Internet. Nous prendrons également en compte la dimension digitale avec les smartphones et les tablettes.

Quel est votre regard sur l'Alsace ?

E. M. • C'est une région belle et attachante, où l'on trouve encore de la douceur de vivre et de l'authenticité. Je l'adore et j'y reviens régulièrement pour retrouver ma famille. Par contre, et c'est l'opinion des non-Alsaciens, la région n'irradie pas par son dynamisme. Personnellement, je trouve qu'elle manque de personnalités d'envergure, artistes, politiques... Le récent référendum pour le conseil unique a donné des résultats décevants. Pour une fois, on a parlé de l'Alsace... mais de manière négative. Arriver à simplifier le millefeuille administratif aurait été un pas en avant, une vraie initiative. Je regrette que dans une aussi petite région, on ne puisse aller au-delà des querelles de clocher ! C'était une occasion rêvée de donner une image de région innovante.



© DR