

De Yannick Noah à Emmanuel Macron, les coulisses de Génération Do It Yourself

401 épisodes. Entre 800 000 et un million d'écoutes par mois. Génération Do It Yourself est devenu une référence. Quels sont les coulisses des épisodes ? Matthieu Stefani nous a raconté ses techniques d'interview.

Temps de lecture : minute

24 juin 2024

C'est un petit, séisme dans le monde des médias : le président de la République a accordé une interview au podcast de Matthieu Stefani, Génération Do It Yourself. Il s'est plié aux règles du podcast : un entretien d'1 heure 45, enregistré quelques jours après avoir annoncé la dissolution de l'Assemblée Nationale. Le long format, c'est la marque de fabrique de Matthieu Stefani.

Démarré il y a sept ans, plus de 400 épisodes ont été enregistrés. GDIY comptabilise entre 800 000 et un million d'écoutes mensuelles. Le format de Matthieu Stefani est à rebours de toutes les tendances de consommation de contenus et pourtant cela fonctionne ! Il n'aime pas qu'on le définisse comme un "podcast business"... Le point commun de tous les invités : "Ils se sont lancés" insiste l'hôte. Comme Emmanuel Macron.

Maddyne : Génération Do It Yourself existe depuis 7 ans et cumule aujourd'hui, en moyenne, 800 000 à un million d'écoutes par mois. Comment es-tu arrivé à un tel succès ?

Matthieu Stefani : En travaillant énormément. J'ai lancé le podcast, il y a sept ans. Depuis deux ans, je sors six épisodes mensuellement. J'ai aussi mon autre podcast : La Martingale. Au total, c'est une dizaine d'épisodes par mois. J'ai eu la chance d'être un peu avant-gardiste, de commencer un peu avant les autres.

J'essaie de progresser en permanence. Je suis biberonné au podcast. J'écoute des podcasts américains tout le temps. Je note comment ils font, comment ils progressent, comment ils améliorent leur technique.

Les formats longs, par exemple, sont des choses totalement anti-naturelles. Quand j'ai lancé GDYI, j'étais le premier à donner des conseils dans des médias: "il faut raccourcir le contenu, il faut en faire 40 par jour". Et puis moi, j'ai sorti un podcast pas monté, brut, pas un format court.

C'est le contre-pied qui est intéressant. Même encore aujourd'hui, on fait un peu l'inverse de ce qu'il faut faire sur les réseaux sociaux.

Quelle était ton inspiration au moment de lancer ce format ?

C'était beaucoup le Tim Ferriss Show aux Etats-Unis -un podcast américain business de plusieurs heures, ndlr. Un peu Joe Rogan, - comédien qui présente le The Joe Rogan Experience podcast, là aussi un podcast long format avec des artistes.

Mon intuition, c'était en réalité une réaction. J'étais en overdose, et je le suis toujours, de notifications, de contenus. Tu vas sur Instagram, sur TikTok... à huit heures du matin, tu as déjà été exposé à des centaines de posts. On ajoute 40 messages WhatsApp, une centaine d'emails de la nuit... L'homme n'est pas du tout fait pour ça. Pendant des millions d'années, la seule préoccupation au réveil le matin était d'aller trouver à manger.

À un moment, j'ai eu envie d'autre chose : de quelque chose qui m'apprend, dans lequel je m'épanouis et je progresse. Et c'est ce qui a fait que je lance Génération Do it Yourself, en allant chercher les gens qui sont les meilleurs dans leur domaine.

Comment choisis-tu tes invités ?

Ils ont tous un point commun : ils se sont lancés. Beaucoup de gens pensent que j'ai un podcast business, ce n'est pas totalement faux, mais ce n'est pas totalement vrai non plus. J'ai beaucoup d'invités qui sont dans le business, parce que l'entrepreneur, parmi les gens qui se sont lancés, qui croient en eux, est le profil le plus courant.

Mais pour moi, un entrepreneur est très proche d'un artiste ou d'un homme ou d'une femme politique. À un moment, tu ne cherches pas un job. Tu te demandes : qu'est-ce que je vais faire ? Je vais devenir champion olympique, je vais devenir chef d'entreprise, je vais devenir président de la République, je vais devenir cuisinier... Que des gens qui se sont lancés, c'est très important pour moi. C'est le "Do It" dans "Do it yourself".

Comment prépares-tu tes interviews ?

D'abord, pour la plupart des invités, j'aime bien ne jamais les avoir rencontrés avant. J'aime bien qu'on se découvre, je peux être un peu taquin ! Cela me plaît de rentrer dans un épisode de plain pied avec une remarque par exemple. Il y a un côté très organisé.

Ce qui est drôle, c'est que pour La Martingale, mon deuxième podcast moins long, je prépare beaucoup plus car nous sommes sur un format beaucoup plus vertical et concret. Un épisode dure une heure et je prépare avec mon invité au moins pendant une demi-heure.

Pour Génération Do It Yourself, qui dure deux heures et demie, je ne

prépare rien avec mon invité ! Je me prépare de mon côté, et c'est même plutôt mon équipe qui prépare, qui me donne des fiches. Nous échangeons avec ma productrice Clémence.

Ils me donnent les chiffres, si c'est une entreprise, des anecdotes personnelles, des pistes de questionnement auxquelles je n'aurais pas pensé. Ils vont avoir lu d'autres interviews. Ils préparent quelques photos et quelques liens à avoir absolument en tête. Je lis tout ça généralement la veille en me couchant.

La nuit porte conseil ! Dans la créativité, c'est un moment important. Le matin, souvent, j'ai les idées claires. Je vais aussi courir, cela amène des idées, et puis je suis prêt !



À lire aussi

Trois questions à Maxime Laot, chief risk and compliance officer de Qonto



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Aurélie Pasquier