

**« Les journalistes :  
pratiques de recrutement et de développement  
des compétences »**

**Congrès de la presse - Lyon  
Jeudi 20 Novembre 2008**

# Méthodologie de l'enquête

---

Deux enquêtes ont été réalisées en partenariat avec «Mediafor» auprès d'une centaine d'entreprises de médias.

La première enquête s'est déroulée entre janvier 2007 et septembre 2007 et réunit majoritairement des groupes ou des rédactions ayant une couverture nationale. La deuxième, réalisée entre Avril et mai 2008, interrogeait des titres régionaux.

Notre objectif est d'apporter une meilleure connaissance des pratiques actuelles des acteurs du recrutement de journalistes, améliorant ainsi la pertinence de nos conseils et de l'efficacité de nos missions.

Nous avons choisi d'interroger spécifiquement les personnes en charge du recrutement des journalistes, réparties de façon équilibrée entre les Ressources Humaines et les rédactions.

Pour éviter les réponses « trop commerciales » ou « politiquement correctes », il a été garanti une stricte confidentialité de leur propos.

La méthode utilisée était d'obtenir les réponses à partir d'un questionnaire lors d'un entretien, téléphonique ou en face à face, d'une durée moyenne de 45 minutes.

67 questionnaires ont été rendus complets dont 28 issus des RH et 37 issus de la rédaction et 2 issus de la Direction générale.

Le questionnaire, composé de 30 questions, s'articulait en trois parties:

- 1. La typologie de l'entreprise**
- 2. La pratique du recrutement des journalistes dans l'entreprise**
- 3. Les pratiques d'acquisition et de développement des compétences des journalistes.**

Ce document est la synthèse des résultats les plus saillants.

## Merci aux entreprises interrogées...

---

Le Bien Public, Alpes Editions, La Presse Régionale, la Voix de l'Ain, l'Alsace, Le Midi Libre, l'Est Républicain, le Dauphiné libéré, la gazette de Montpellier, le Progrès, Centre Presse, le Journal de l'emploi, Publihebdo, Oise publications, Charente libre, le journal de la Haute-Marne, le journal de l'Alsace, le Télégramme, Ouest France, Sud Ouest, la Voix du Nord.

20 Minutes, AEF, Bien dans ma Vie, Chérie FM, Choc-Entrevue, France5.fr, Fun Radio, Géo, groupe Michel Hommell, Groupe Express-Expansion, Groupe Amaury, Groupe Bayard Presse, groupe NRJ, Groupe Wolters-Kluwer, Groupe Axelspringer, Groupe Lagardère Hachette, Groupe la voix du Nord, Groupe Moniteur, Groupe Mondadori, groupe Ouest-France, Groupe Sud Ouest, les magazines féminins du groupe Prisma Presse, Groupe Roularta Média France, Groupe Bolloré, La Chaîne Parlementaire, Le journal du net, Le Monde 2, Libération, Le Nouvel Observateur, LCI, lefigaro.fr, Le Figaro magazine, Le Journal des Finances, le Parisien, Metro, Newzy, Nextradio TV, Paris Match, Pèlerin, RFM, Stratégies, Télémagazine, Télérama, VSD, Voici.

---

## I. Typologie des entreprises interrogées

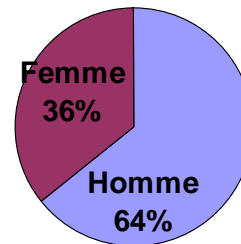
## Qui sont les recruteurs interrogés?

---

« Vous vous occupez du recrutement des journalistes. Vous êtes :



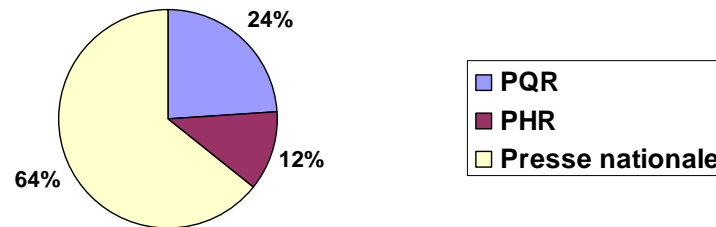
La proportion homme/femme parmi les personnes interrogées



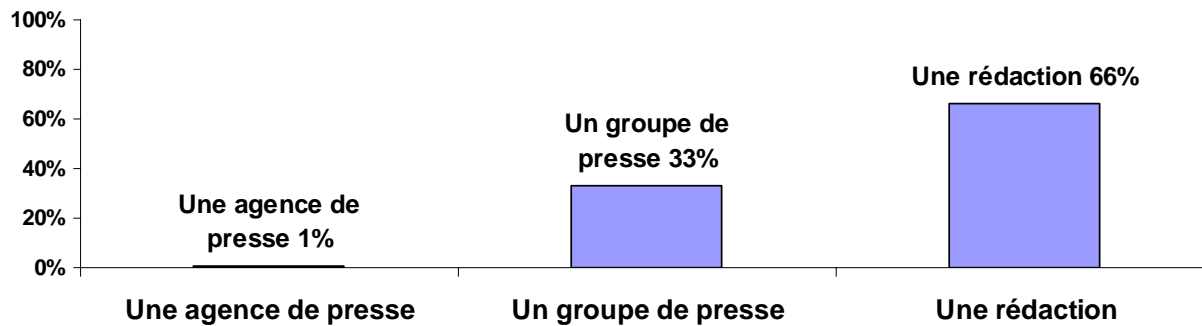
## Qui sont les recruteurs interrogés?

---

Proportion des catégories de presse interrogées



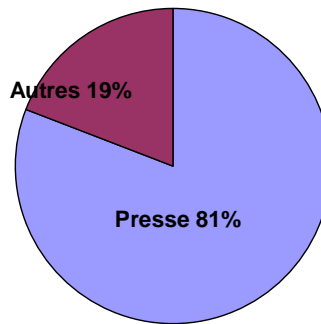
« Vous êtes en charge du recrutement des journalistes pour :



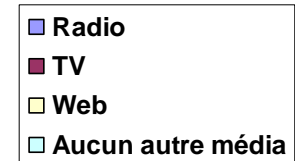
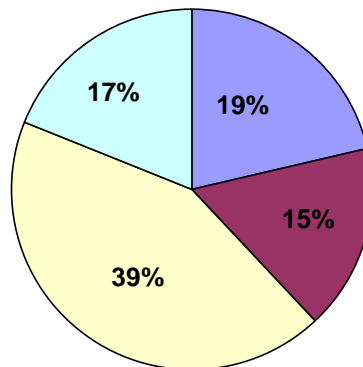
## Qui sont les recruteurs interrogés? Quelles entreprises représentent-ils?

---

« Pour quel média principal travaillez-vous? »



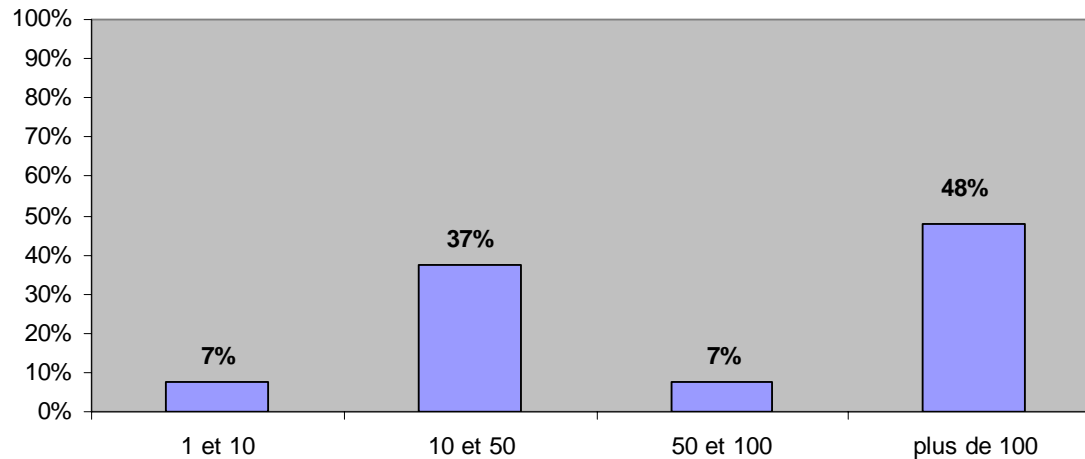
« Pour quels autres médias travaillez-vous? »



## Qui sont les recruteurs interrogés? Qui représentent-ils?

---

« Combien y-a-t-il de journalistes dans votre entreprise? »

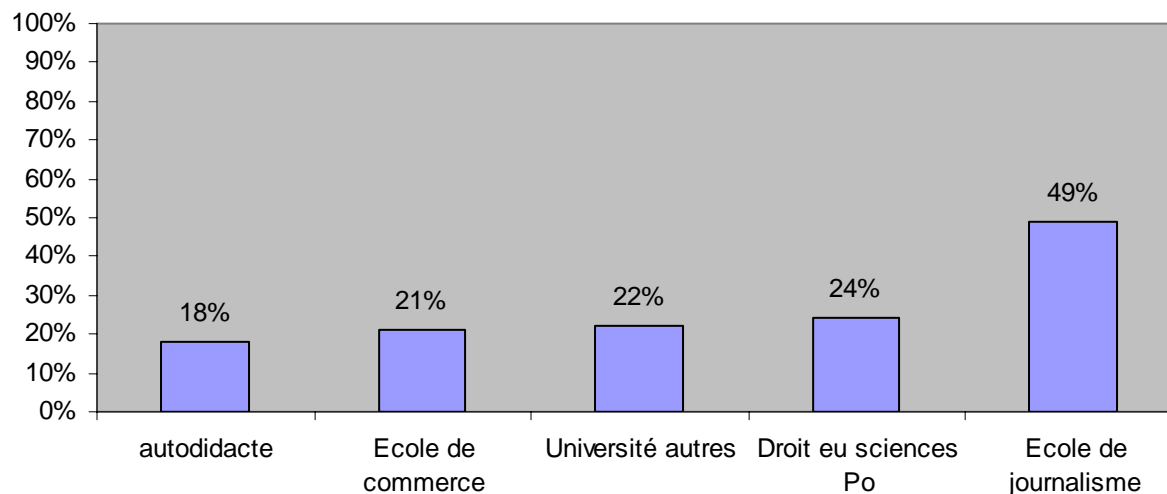


48% des entreprises interrogées ont plus de 100 journalistes

## Qui sont les recruteurs interrogés? Qui représentent-ils?

---

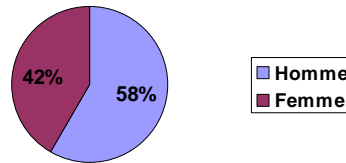
« Parmi vos effectifs, pouvez-vous répartir la formation initiale majoritaire des journalistes? »



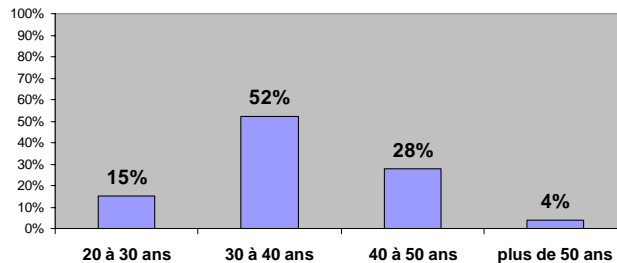
Les journalistes recrutés sont majoritairement diplômés d'une école de journalisme, loin devant les formations universitaires et les écoles de commerce et d'ingénieur.

## Qui sont les recruteurs interrogés? Qui représentent-ils?

« Quelle est la répartition homme/femme parmi vos journalistes? »

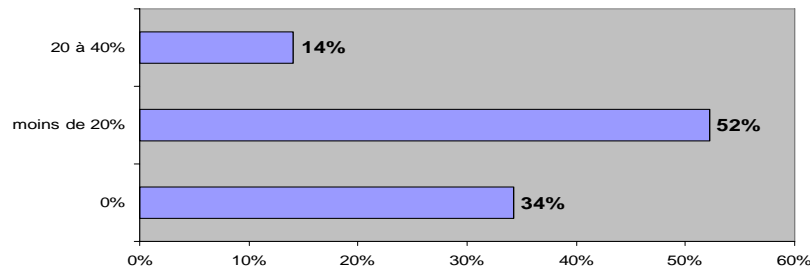


« Quel est l'âge moyen de vos journalistes? »



**Les journalistes ont en grande majorité entre 30-40 ans.**

« Quel est le pourcentage approximatif des journalistes de plus de 55 ans? »

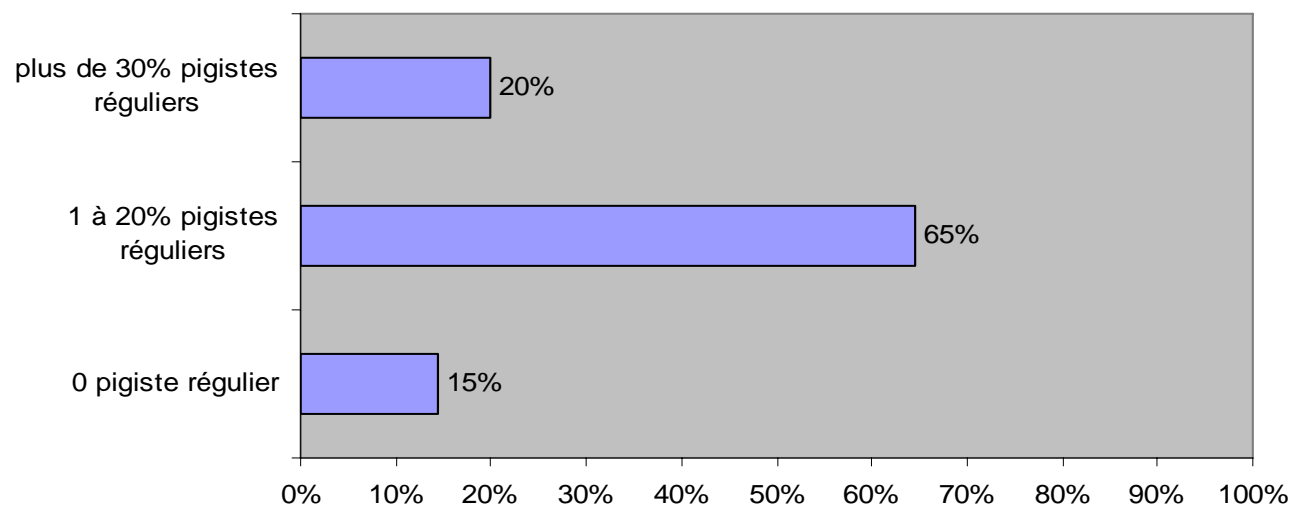


**52% des interrogés déclarent avoir entre 1 à 20% de journalistes de plus de 55 ans et 34% n'en ont pas.**

## Qui sont les recruteurs interrogés? Qui représentent-ils?

---

« Avez-vous des pigistes réguliers dans votre entreprise ? »



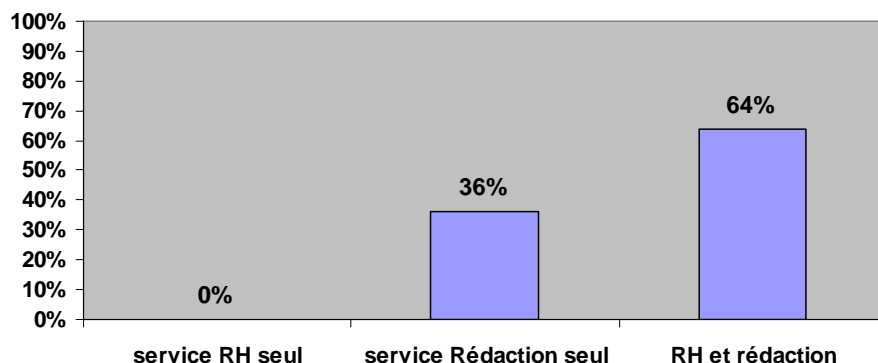
65% des entreprises interrogées ont entre 1 à 20% de pigistes dans leur entreprise

---

## II. Les procédures et les pratiques : les tendances.

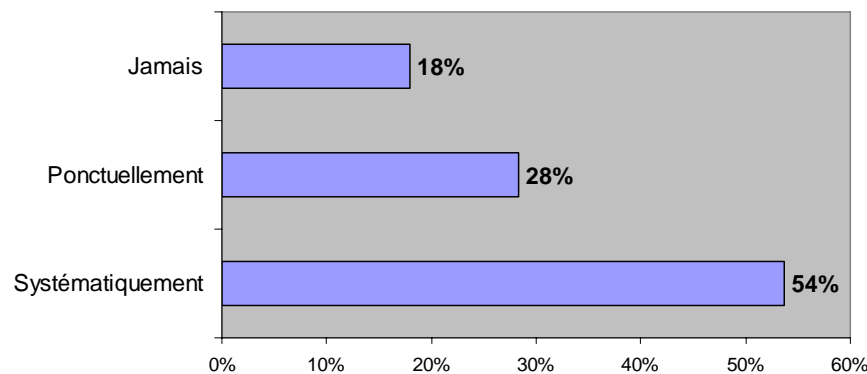
## Qui recrute ?

« La décision du recrutement d'un journaliste est prise par la direction de la rédaction seule, le service RH seul, ou le service RH et la rédaction conjointement ? »



Environ 2/3 des interrogés déclarent que la décision de recruter un journaliste est prise par la DRH et la rédaction conjointement.

« Dans la procédure de recrutement, la DRH est sollicitée :



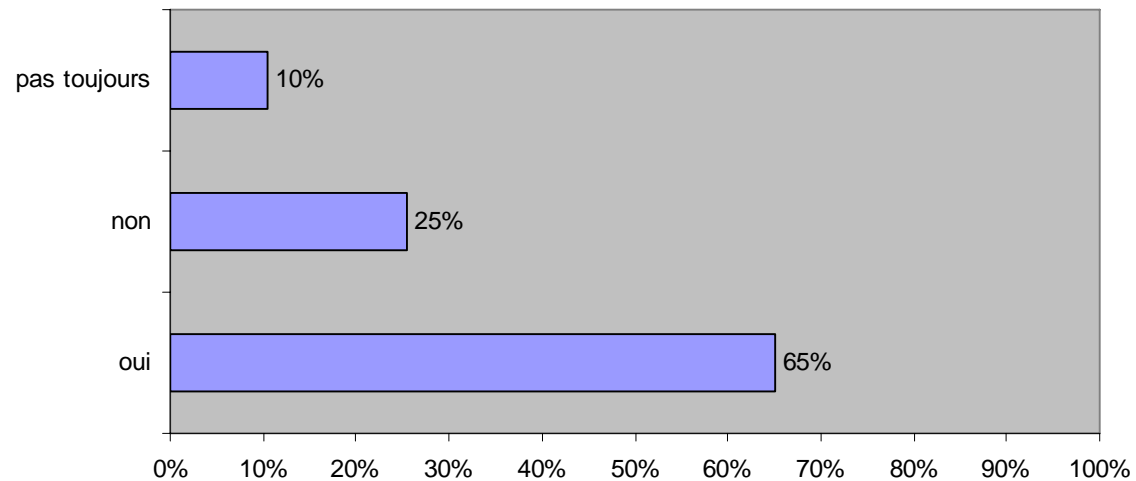
54% des interrogés affirment que la DRH est systématiquement sollicitée pour recruter des journalistes.

NB : Pour ces deux questions, les DRH et les journalistes ont répondu la même chose.

## Mobilité interne?

---

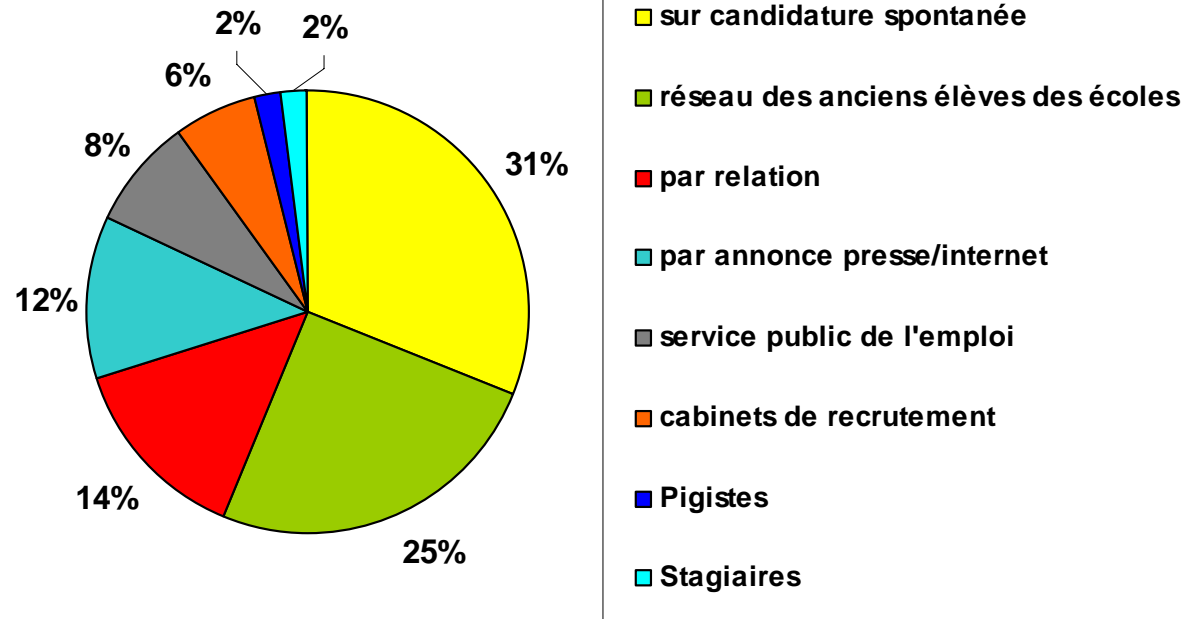
« Lorsqu'un poste est ouvert en CDI, est-il systématiquement proposé en interne? »



65% des entreprises interrogées déclarent favoriser la mobilité interne.

## Quels sont les canaux de recrutement privilégiés?

«Comment les personnes ont-elles été identifiées pour être recrutées en CDI? »



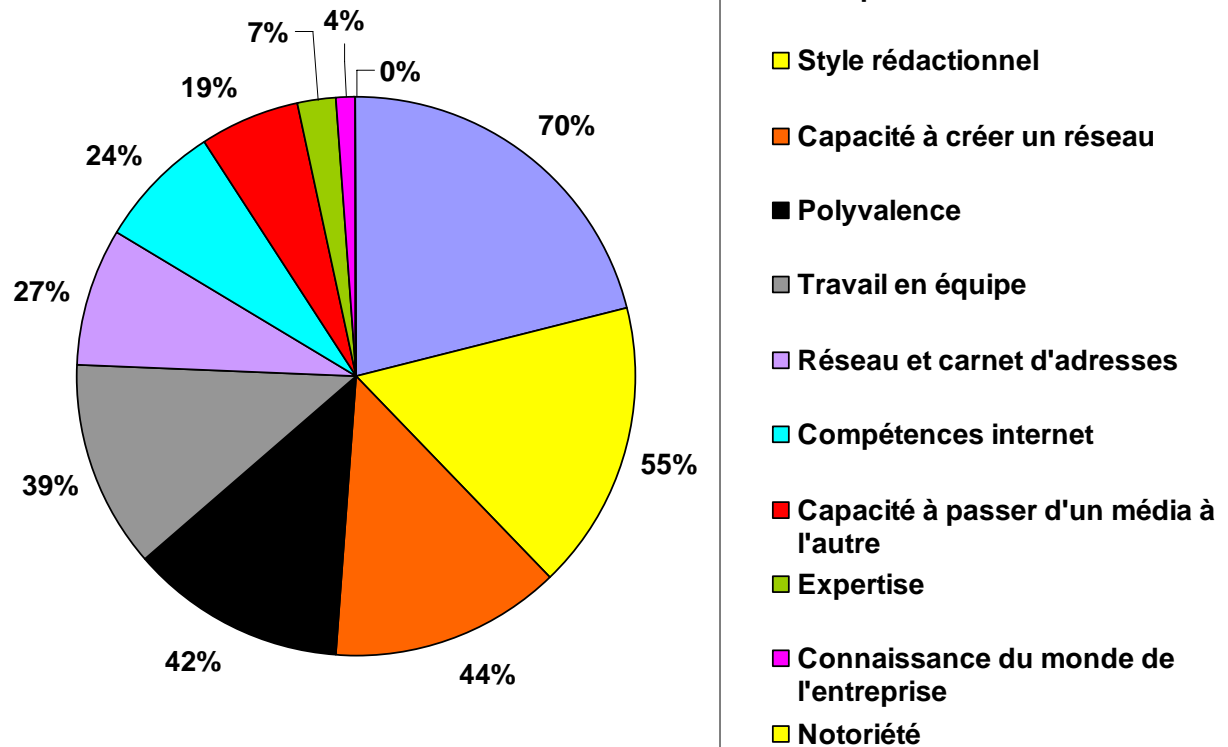
Les stagiaires et les pigistes sont les premiers canaux de recrutement en CDI des entreprises de presse régionales.  
Les réseaux des anciens élèves et le service public de l'emploi sont les derniers canaux utilisés

---

### III. Les compétences recherchées et les critères de recrutement

## « Quelles compétences recherchées? »

« Quelles sont les compétences professionnelles d'un bon journaliste? »



L'éthique est la première qualité professionnelle reconnue.

Le style rédactionnel et la capacité à créer un réseau sont les compétences les plus recherchées.

La notoriété du journaliste arrive en dernière position.

## Do you speak english ?

---

*« Lors d'un recrutement, l'absence de maîtrise d'une langue est-elle rédhibitoire? »*

**100% ont répondu non...**

---

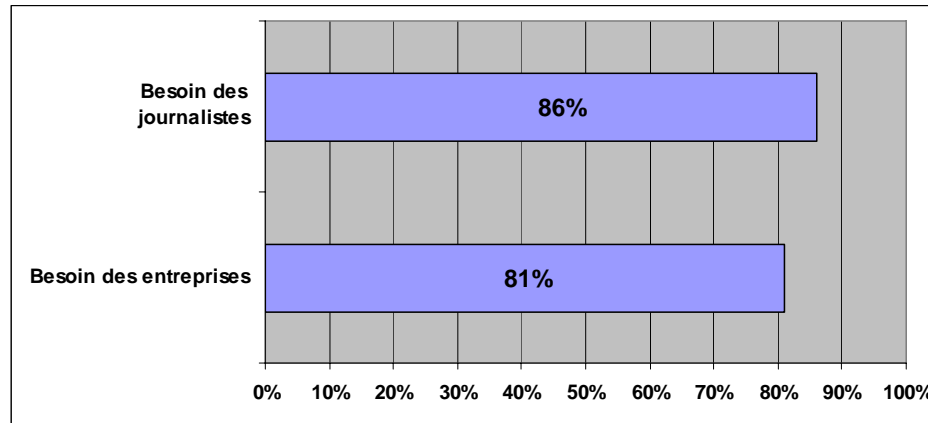
## IV. Pratiques d'acquisition et développement des compétences\*

*\* les questions posées dans cette partie concernent uniquement les 21 enquêtes en région*

## Pratiques d'acquisition et développement des compétences

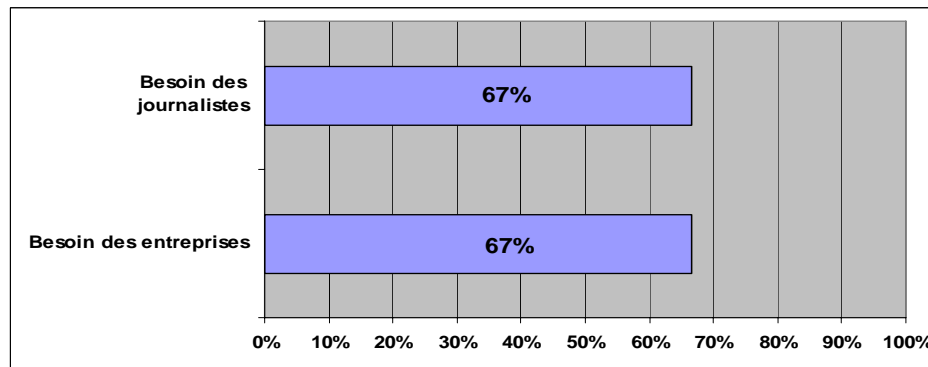
« Sur quelles compétences, l'entreprise ou les journalistes expriment-ils des besoins? »

- dans le domaine des compétences journalistiques fondamentales :



**Les journalistes comme les entreprises expriment avoir des besoins fréquents dans ce domaine**

- dans le domaine des compétences journalistiques sur le web :

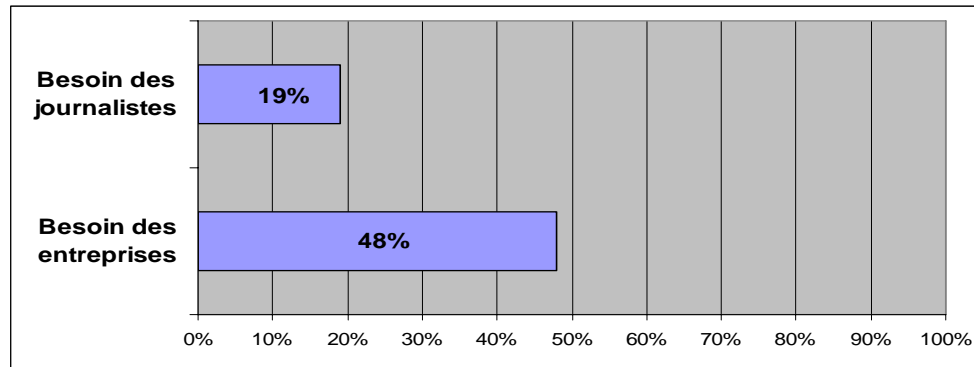


**Les formations dans le domaine du web constituent également un besoin fréquemment exprimé autant par les entreprises que par les journalistes**

## Pratiques d'acquisition et développement des compétences

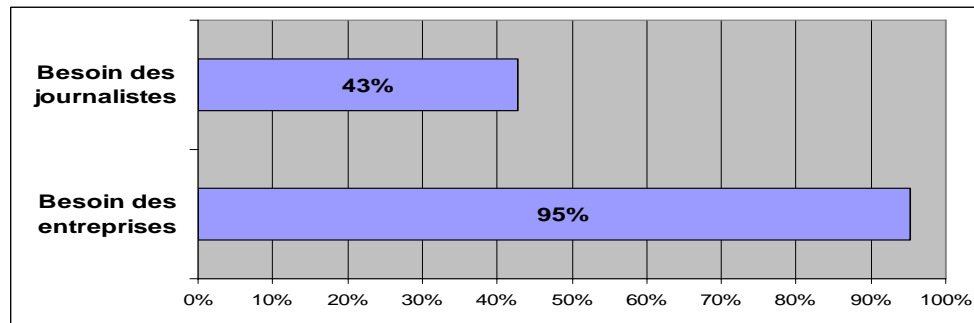
« Sur quelles compétences, l'entreprise ou les journalistes expriment-ils des besoins? » (suite)

- dans le domaine des compétences linguistiques :



Les entreprises expriment plus fréquemment que les journalistes des besoins de formation pour leurs journalistes dans le domaine des langues

- dans le domaine des compétences managériales :

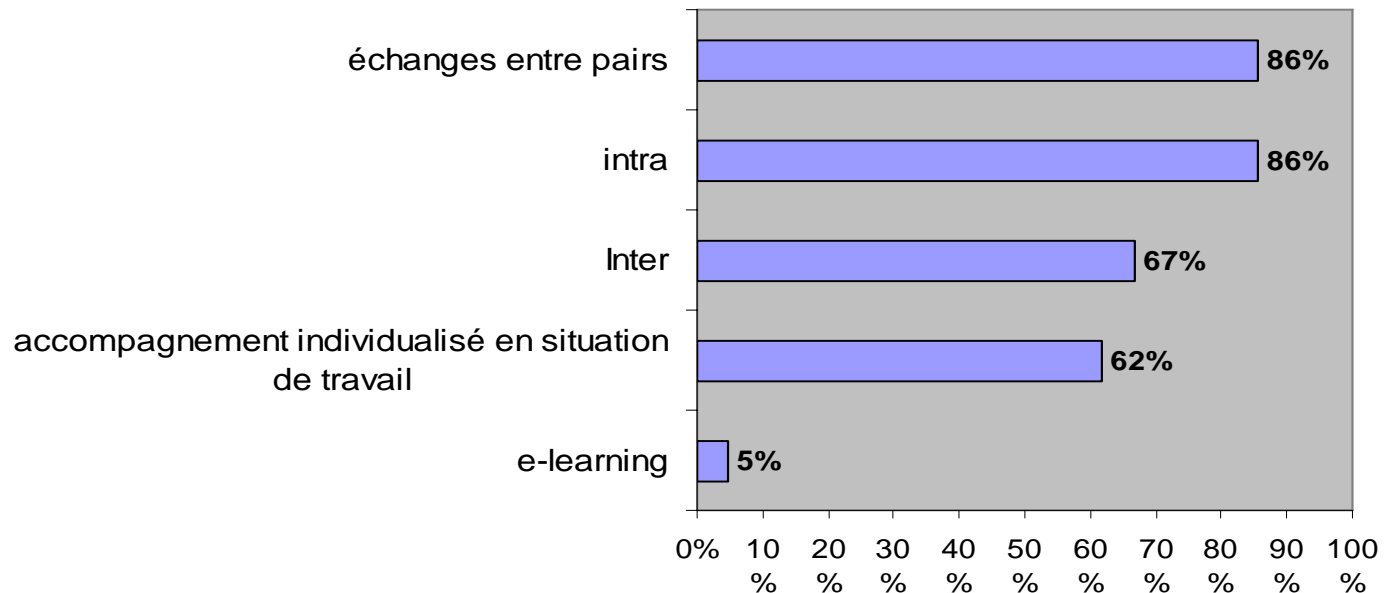


Les entreprises expriment à 95% des besoins de formation dans ce domaine.

## Pratiques d'acquisition et développement des compétences

---

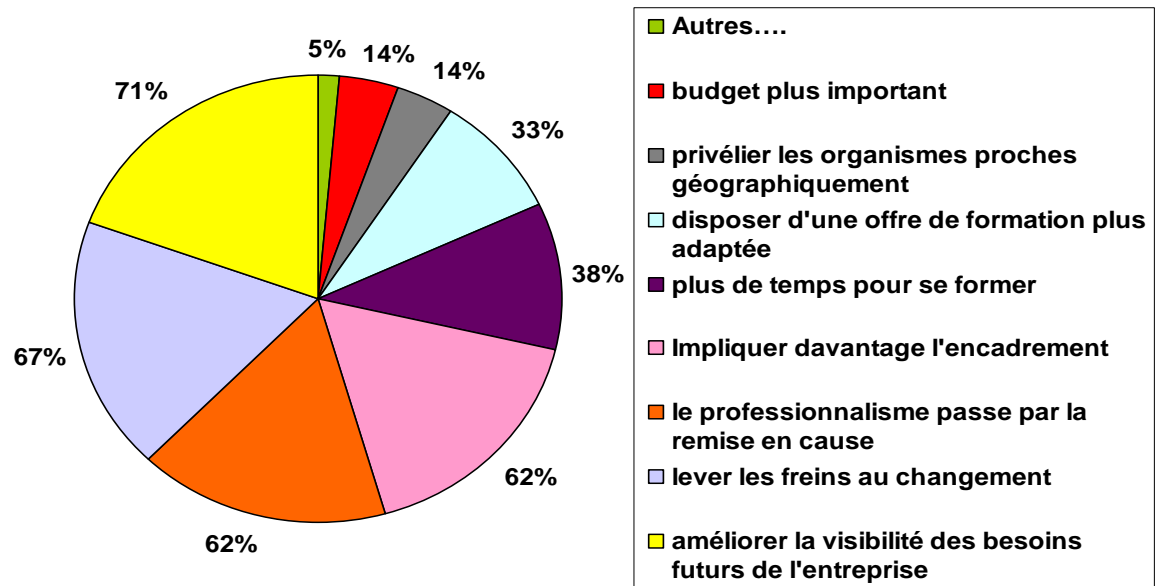
« Comment se forment les journalistes? »



Les échanges entre pairs et les formations intra entreprises sont les moyens de formation les plus fréquemment utilisés. L'e-learning est encore très peu utilisé.

## Pratiques d'acquisition et développement des compétences

« Qu'est ce qui favoriserait l'accès à la formation? »



Les 4 premiers facteurs facilitant l'accès à la formation seraient :

- d'avoir une meilleure visibilité sur les besoins futurs de l'entreprise
- de lever les freins au changement : communiquer sur les conséquences en termes d'évolution des activités et des compétences
- d'accepter que le professionnalisme passe par la remise en question de ses acquis et pratiques
- d'impliquer davantage l'encadrement