

**« Le recrutement des journalistes:  
- Quelles pratiques actuelles ?  
- Quelles compétences recherchées ? »**

**Les ateliers de Médiafor**  
**Jeudi 17 janvier 2008**

## Déroulement de la soirée

---

Introduction du Président

Présentation des résultats de l'enquête Oasys

- Rappel méthodologique
- Typologie des répondants
- Les procédures et pratiques: tendances
- Les compétences recherchées et les critères de recrutement.

Table ronde. Débats

Cocktail

## Méthodologie de l'enquête

---

L'enquête a été réalisée entre Janvier 2007 et septembre 2007, en partenariat avec «Mediafor» auprès d'une centaine d'entreprises de médias.

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.

46 questionnaires ont été rendus complets dont 18 issus des RH et 28 issus de la rédaction.

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 perspectives de recrutement des journalistes .

Ce document est la synthèse des résultats les plus saillants.

## Merci aux entreprises interrogées...

---

*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.*

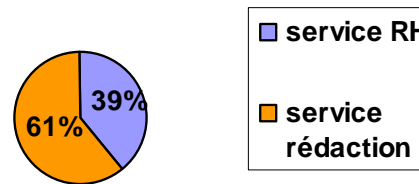
En plus de ces entreprises, il convient de remercier celles qui ont répondu partiellement à notre enquête ou qui ont souhaité garder l'anonymat.

---

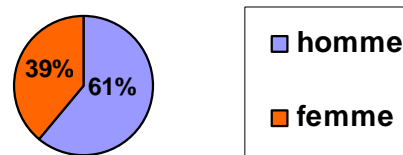
## **I. Typologie des entreprises interrogées**

## Qui sont les recruteurs interrogés?

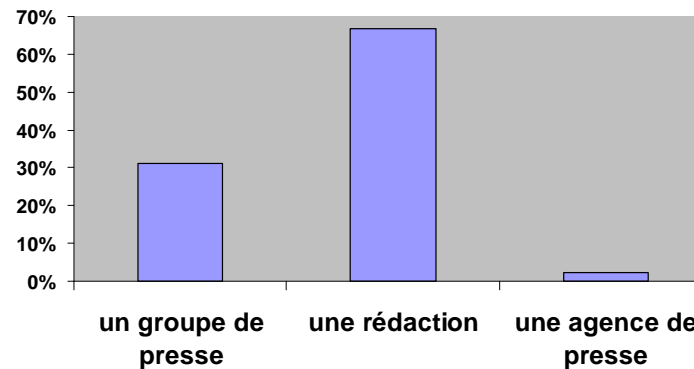
« Vous vous occupez du recrutement des journalistes. Vous êtes :



Quelle est la proportion homme/femme des personnes interrogées?



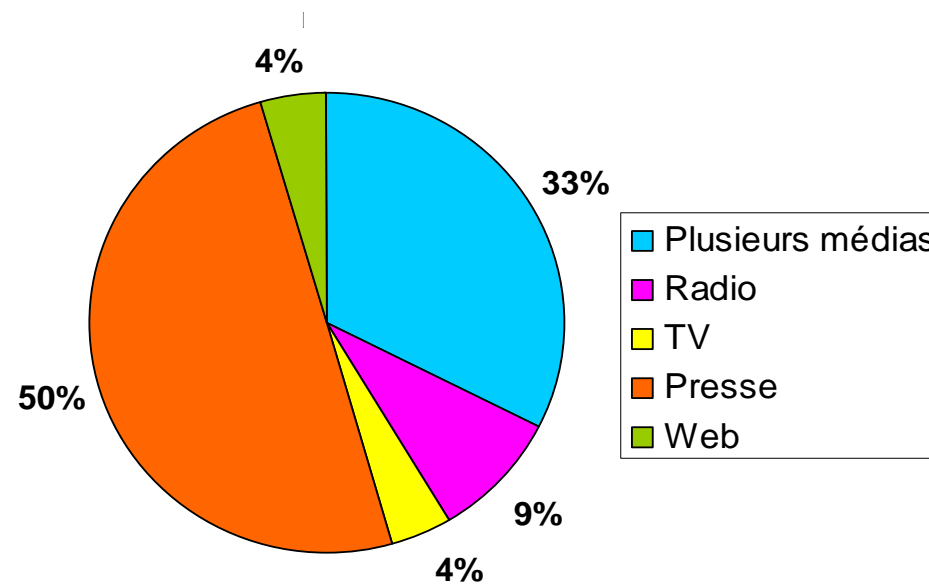
« Vous êtes en charge du recrutement des journalistes pour :



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

---

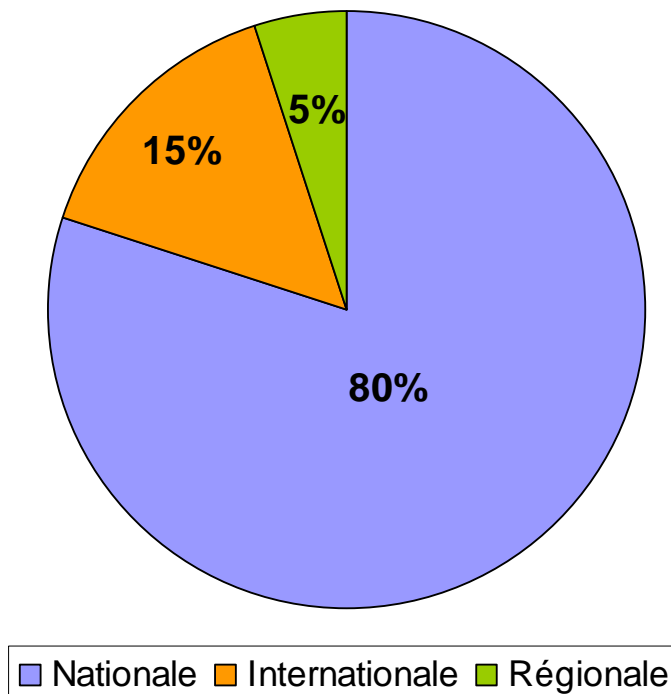
« Pour quel média travaillez-vous? »



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

---

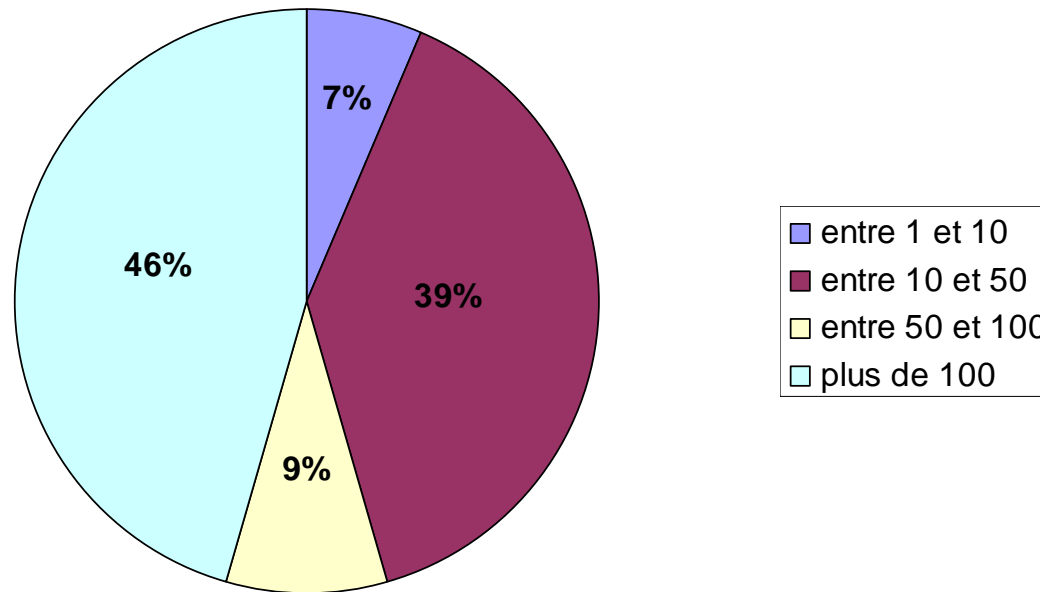
*Les entreprises interrogées ont-elles une dimension régionale, nationale, ou internationale ?*



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

---

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

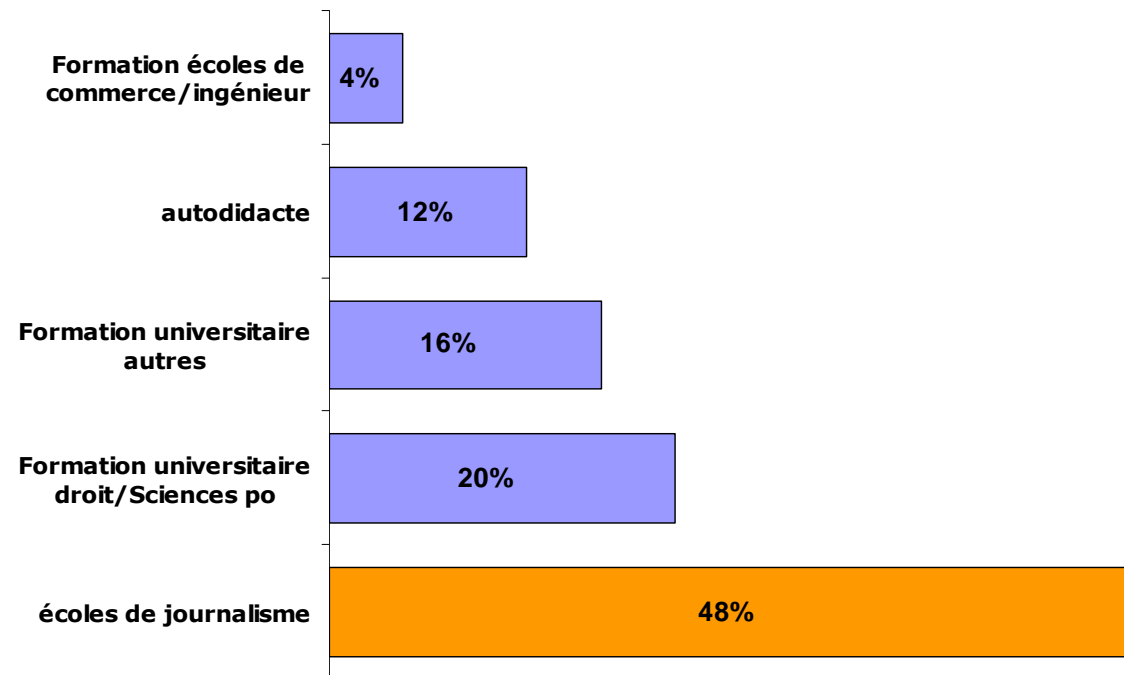


46% des entreprises interrogées ont plus de 100 journalistes  
46% des entreprises interrogées ont moins de 50 journalistes

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

---

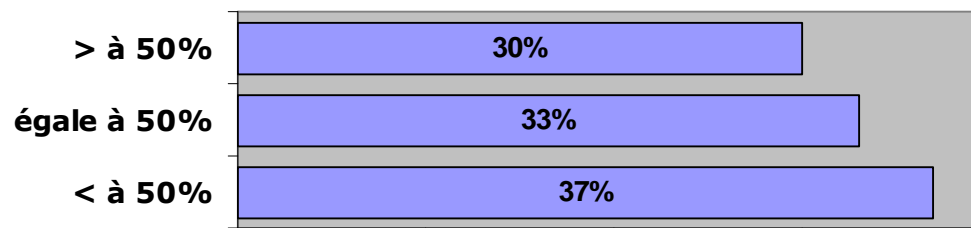
« Parmi vos effectifs, pouvez-vous répartir la formation initiale majoritaire des journalistes? »



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

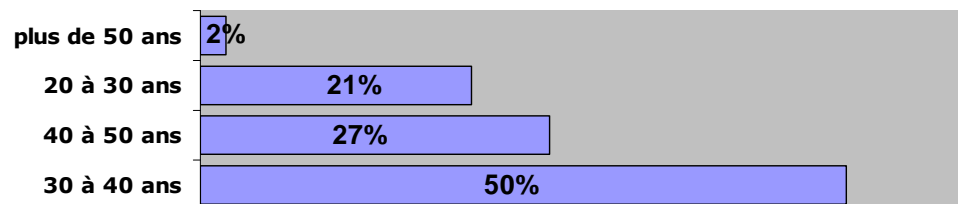
## Qui sont les recruteurs interrogés? Qui représentent-ils?

« *Quel est le pourcentage de femmes parmi les journalistes?* »



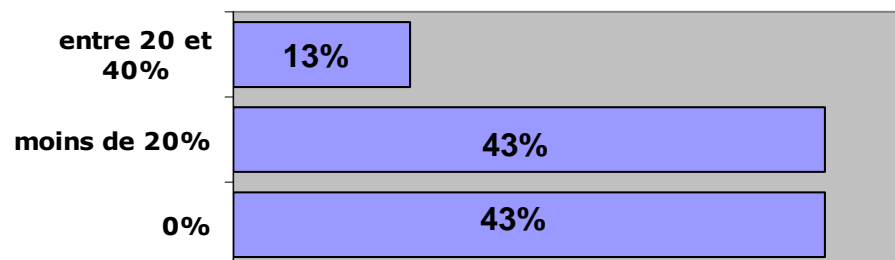
Il n'y a pas de réelle disparité entre les journalistes hommes et femmes

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



71% des journalistes en poste dans les entreprises interrogées ont entre 20 et 40 ans

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

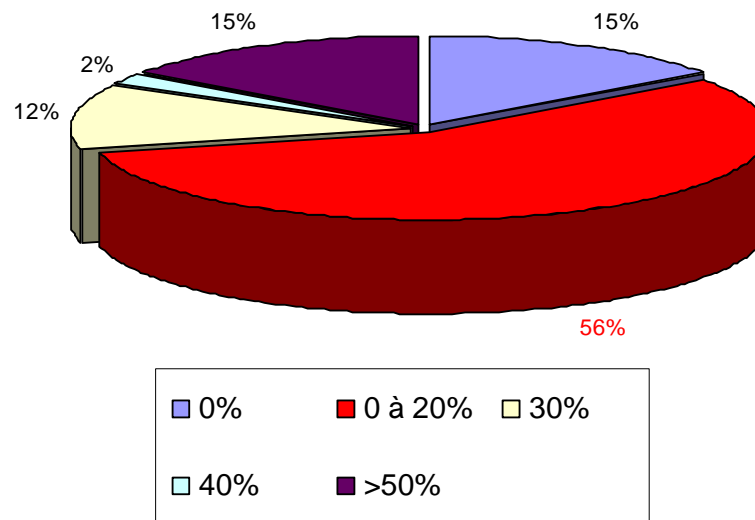


86% des interrogés déclarent avoir moins de 20% de journalistes âgés de plus de 55 ans

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

---

« Quelle est la proportion régulière des pigistes de votre entreprise? »



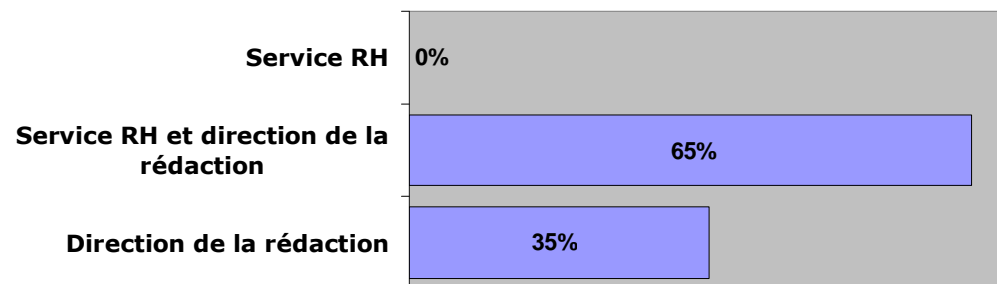
15% des recruteurs déclarent ne pas utiliser de pigistes réguliers dans leur entreprise.  
29% des recruteurs déclarent avoir plus de 30% de pigistes réguliers dans leur effectif

---

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

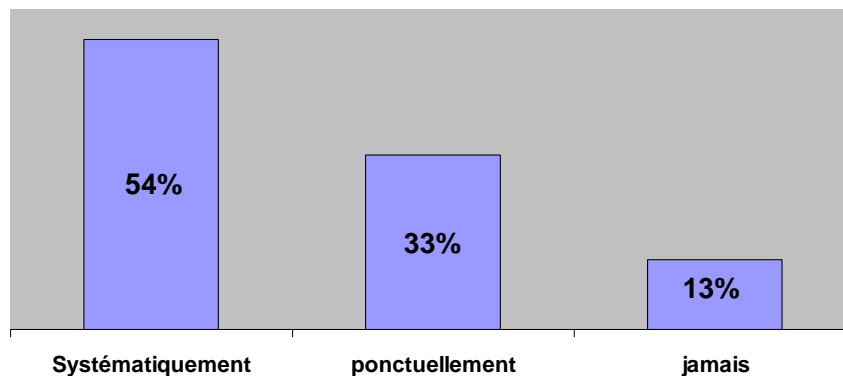
## Qui recrute ?

« *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* »



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 :* »



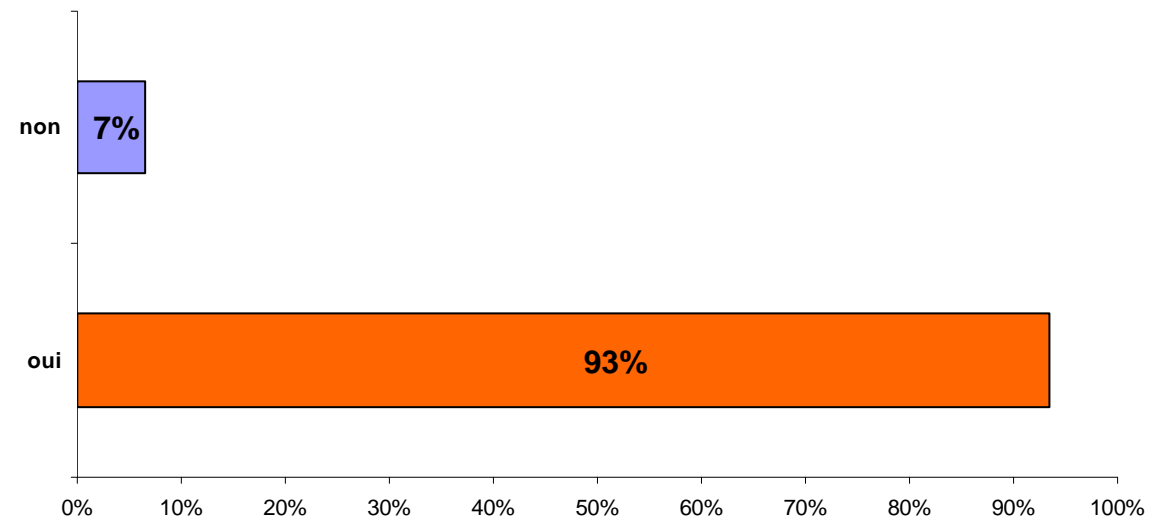
Seuls 13% des interrogés affirment que la DRH n'est jamais sollicitée pour recruter des journalistes.

NB : Pour ces 2 questions, les réponses des DRH et de la rédaction sont sensiblement identiques

## Qui recrute ? Quels besoins?

---

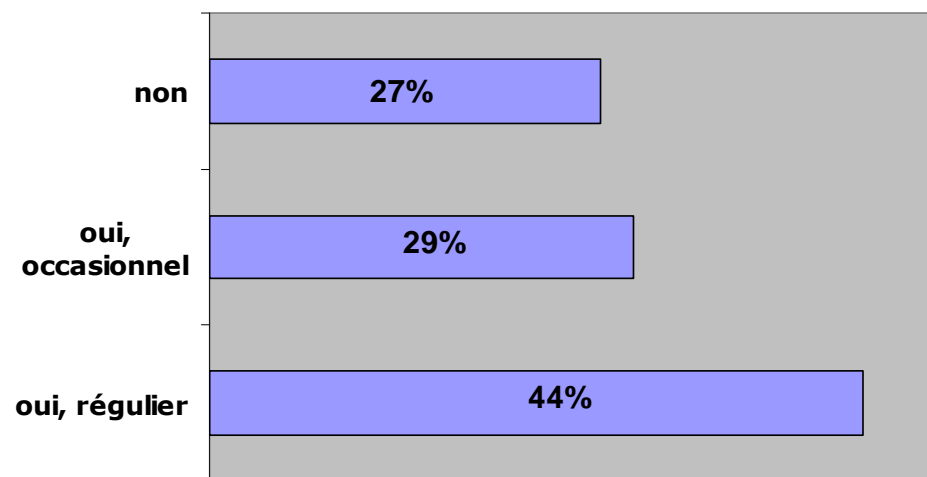
*Avez-vous besoin d'un cv pour recruter?*



## Qui recrute ? Quels besoins ?

---

« Avez-vous un besoin de pigistes extérieurs? »



73% des entreprises interrogées ont besoin de pigistes extérieurs

## Mobilité interne?

---

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

non 33%

33% des entreprises interrogées déclarent ne pas favoriser la mobilité interne

oui 67%

« Avant d'ouvrir un poste en externe, est-il systématiquement proposé à un pigiste? »

non 70%

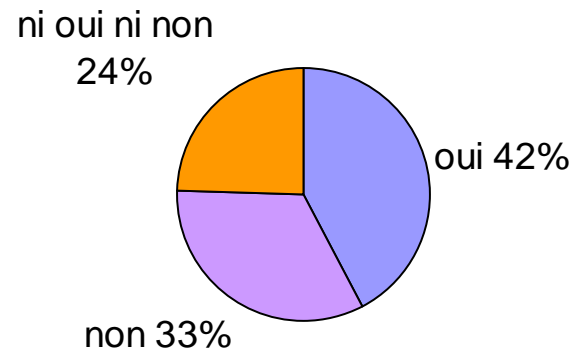
70% des entreprises interrogées ne proposent pas les postes à pourvoir à leurs pigistes

oui 30%

## La question de la titularisation

---

« Pensez-vous que la pratique de titularisation des pigistes est une bonne chose? »

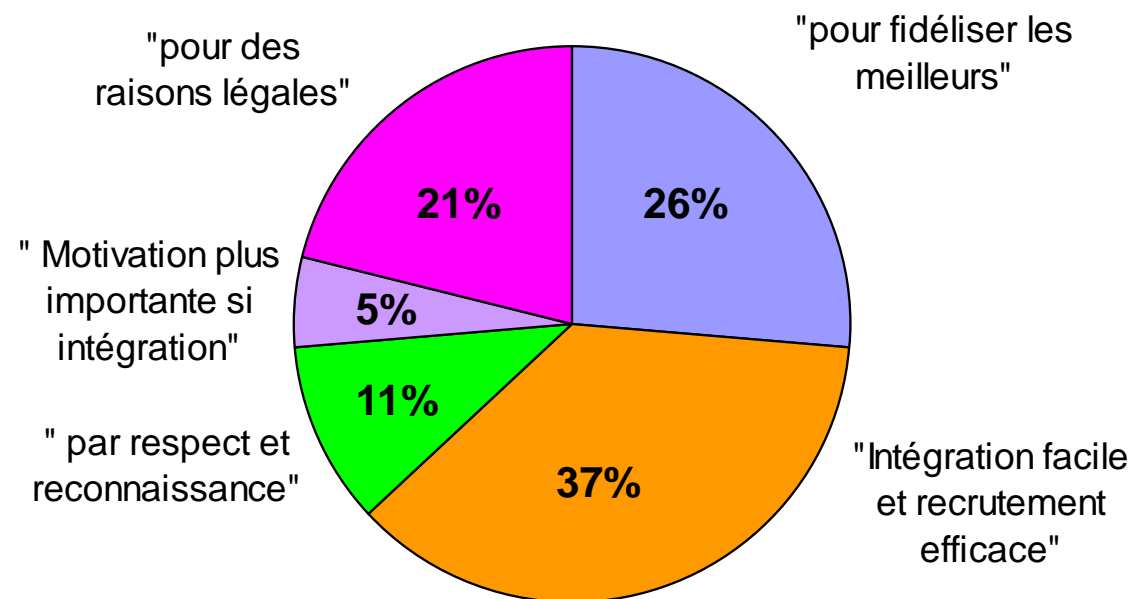


Les réponses des ressources humaines et de la rédaction sont sensiblement identiques

## Titularisation : pour ou contre?

---

« Pourquoi les personnes interrogées sont-elles favorables à la titularisation des pigistes? »

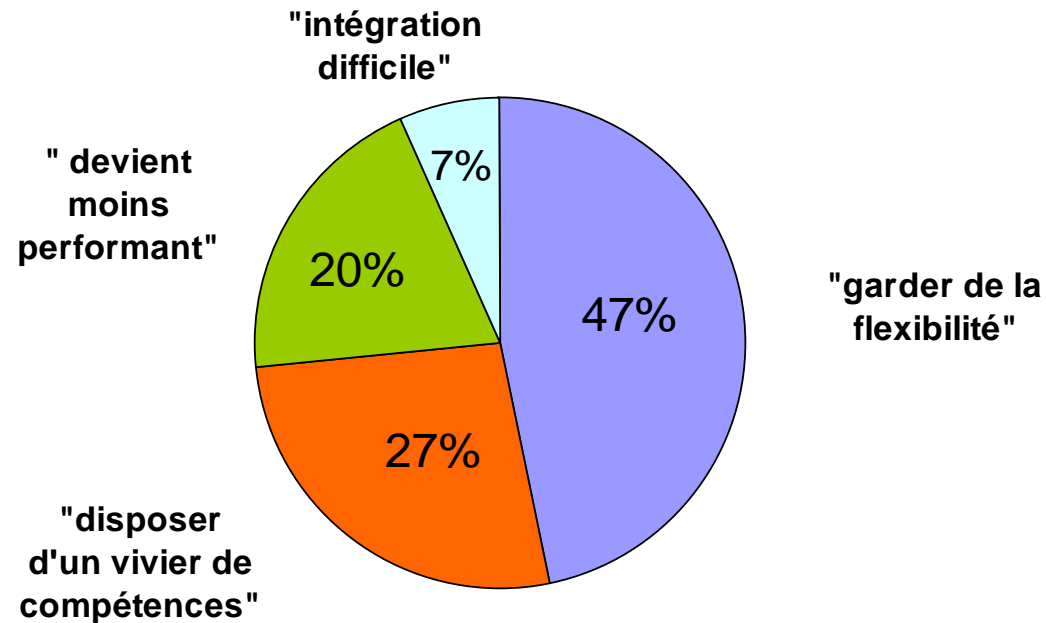


Facilité d'intégration et de sélection, sécurité juridique sont les principales raisons invoquées à la titularisation des pigistes

## Titularisation : pour ou contre?

---

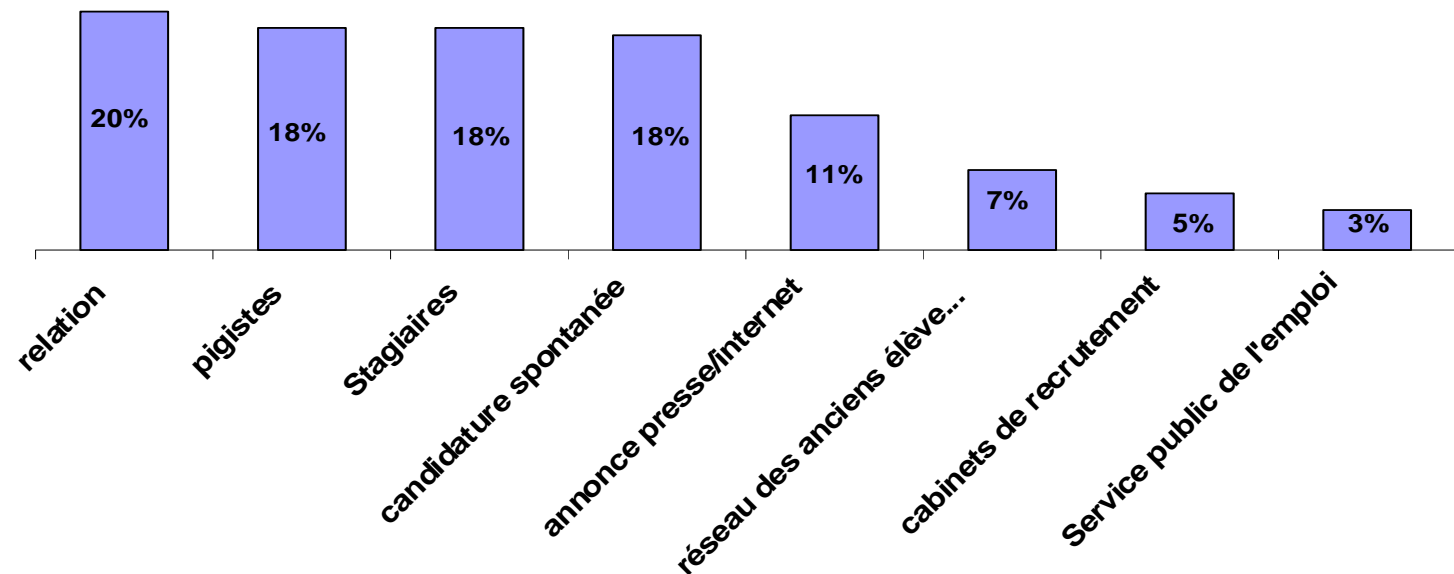
« Pourquoi les personnes interrogées ne sont-elles pas favorables à la titularisation des pigistes? »



Flexibilité et souplesse de gestion des compétences, performance sont les principales raisons invoquées.

## Quels sont les canaux de recrutement privilégiés?

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



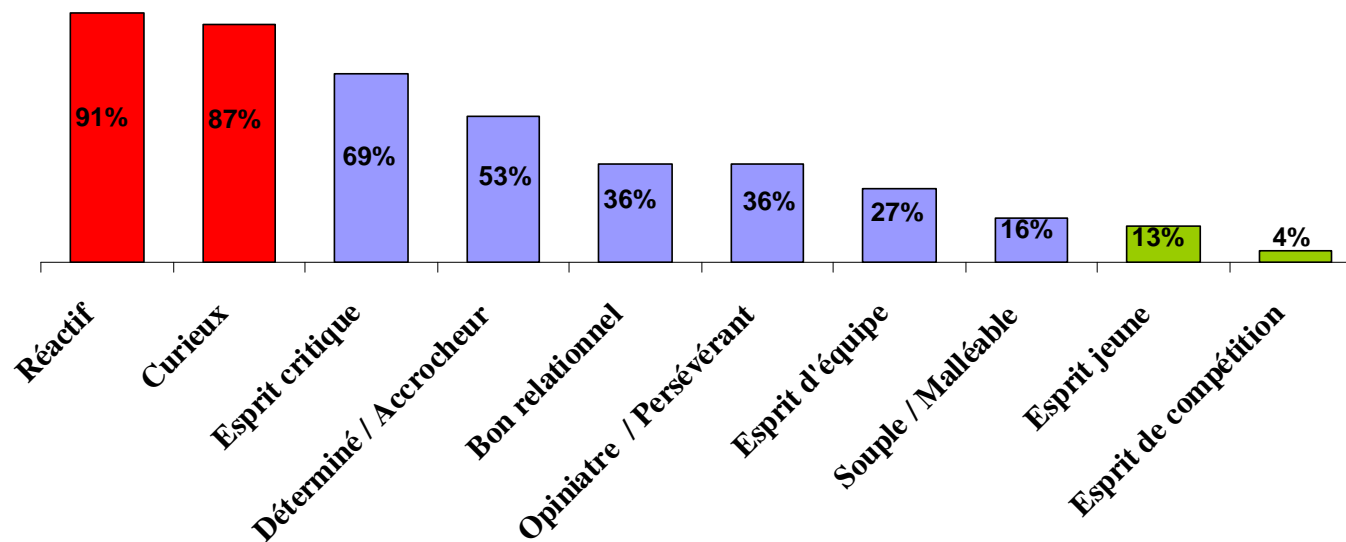
Les voies de recrutement essentiellement utilisées sont le réseau relationnel, l'intégration des pigistes et des stagiaires ainsi que les candidatures spontanées.

---

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

## « Quelles compétences recherchées? »

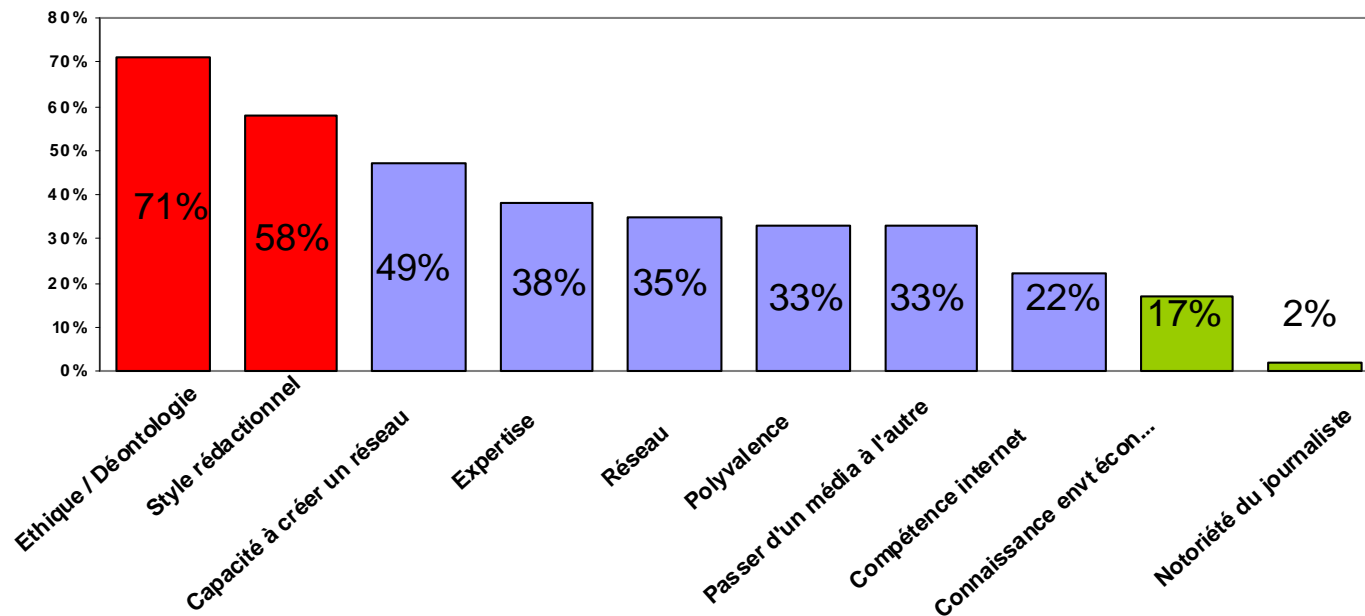
*« Quelles sont d'après vous les qualités personnelles d'un « bon journaliste » aujourd'hui? »*



Réactivité, curiosité, esprit critique sont les principales qualités personnelles attendues par les recruteurs.

## « Quelles compétences recherchées? »

« Quelles sont les qualités professionnelles essentielles recherchées? »



La déontologie est la première qualité professionnelle reconnue.

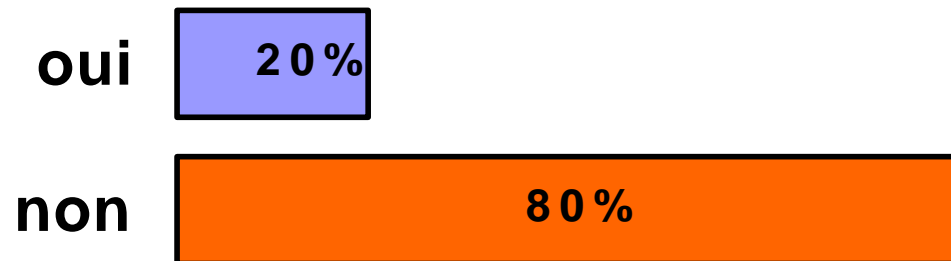
Le style rédactionnel, la capacité à créer un réseau et l'expertise sont les qualités professionnelles les plus recherchées

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? »*



80% des interrogés ne considèrent pas que la langue est un critère déterminant de sélection

## La polyvalence, une compétence recherchée?

---

*« Etes-vous d'accord avec les affirmations extraites dans des articles de presse suivante? »*

*« Dans votre entité, le journaliste de demain doit devenir un producteur de contenus destiné à être utilisé sur plusieurs supports »*

89% des personnes interrogées ont répondu oui

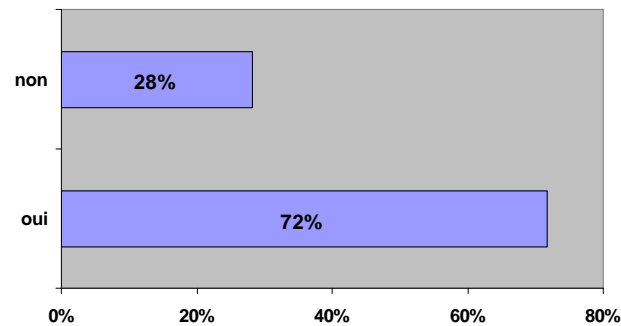
*« Dans votre entité, le journaliste de demain doit être capable d'écrire sur n'importe quel sujet »*

54% des personnes interrogées ont répondu oui

## La polyvalence, une compétence recherchée?

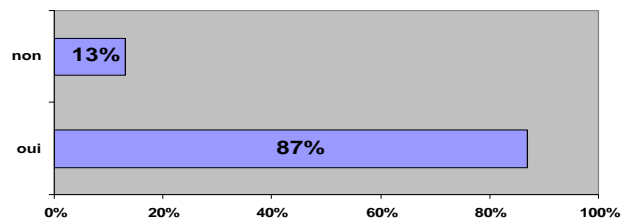
---

« Dans votre entité, pour vos recrutements futurs, êtes vous d'accord pour recruter des personnes issues d'un autre média que le vôtre ? »



Et une légère majorité privilégie les personnes issues d'internet plutôt que de la télévision ou de la radio

« Une journaliste de la presse écrite peut-il passer facilement au journalisme sur internet? »



---

REACTION

TABLE RONDE

DEBATS