



Selon une étude menée par ComCorp, 70 % des journalistes dénoncent des conditions de travail dégradées et près de 90 % estiment que leur profession n'est plus valorisée.

## Communiqué de presse

# Journalistes, un sacerdoce entre passion et désenchantement

**Paris, le 18 février 2019** - À l'heure où le mouvement des gilets jaunes cristallise une certaine défiance envers les media, ComCorp, agence conseil en réputation, a réalisé une étude\* portant sur les conditions de travail et le moral des journalistes.

« Se dresse le portrait d'une profession en difficulté croissante qui peine à concilier la passion d'un « métier-vocation » avec des conditions de travail de plus en plus précaires et une crise de confiance croissante de la part de ses concitoyens », commente Alexis Noal, Vice-Président chez ComCorp et responsable de l'étude.

### **DES CONDITIONS DE TRAVAIL QUI SE DÉGRADENT TOUJOURS UN PEU PLUS**

Manque de moyens, de temps, de ressources, charge de travail qui explose, ce sont **70,55 %** des 550 répondants qui déclarent que leurs **conditions de travail se sont détériorées** ces dernières années.

EN REGARD DU MÉTIER IL Y A QUELQUES ANNÉES,  
AVEZ-VOUS LE SENTIMENT QUE VOS CONDITIONS  
DE TRAVAIL SONT :



Meilleures — 5,27%

Semblables — 24,18%

Moins bonnes — 70,55%



SI VOUS CONSIDÉREZ QU'ELLES  
SE SONT DÉGRADÉES, EST-CE DU FAIT :



Du manque de temps et/ou de moyens	60,72
De la charge de travail	47,70
Du manque d'effectif	47,49
De la profusion d'informations	45,69
De la rémunération	42,48
De la pression / le stress	33,07
De la précarité	33,07
De la sédentarité	12,63
Autres	17,23
Des horaires	6,41

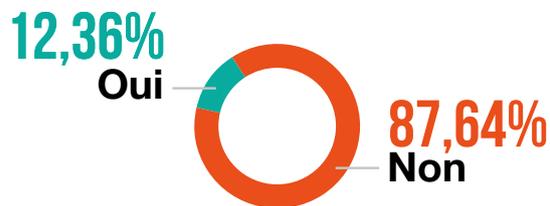
Beaucoup de journalistes déplorent la disparition des secrétariats de rédaction, des documentalistes, bref, de nombre de fonctions « support » qui font que le journaliste devient un véritable **homme-orchestre** qui, en plus de la collecte et du traitement de l'information, doit assurer relecture, maquettage, publication, correction, etc.

Symbole de cette dégradation : la proportion croissante des pigistes au sein des rédactions. Alors que la proportion de pigistes est globalement de 25,5 %, elle représente désormais 71,3 % des premières demandes de cartes de presse (contre 33 % en 2000\*\*).

Viennent s'ajouter à ces contraintes matérielles, tout un ensemble de **contraintes psychologiques** qui conduisent 42 % à déclarer ne pas être libres d'exercer leur métier tel qu'ils le voudraient. Première contrainte : un rythme de production toujours plus élevé associé à **une recherche du « buzz » permanente**. Pour près de la moitié, les réseaux sociaux ajoutent également une forme de « concurrence déloyale » avec des personnes sans déontologie ni éthique, diffuseurs d'informations non vérifiées et qui deviennent des sources d'information aux yeux du grand public.

La thématique des « **fake news** » est d'ailleurs mise en avant comme ayant eu un impact majeur ou important sur la confiance que les Français font aux media pour 70 % des répondants.

## PENSEZ-VOUS QUE LA PROFESSION DE JOURNALISTE SOIT APPRÉCIÉE /VALORISÉE PAR LES FRANÇAIS ?



### DÉSAMOUR ET INQUIÉTUDES POUR LE FUTUR

Si on ajoute à ces facteurs le fait que près de **88 %** des journalistes estiment que la profession de journaliste n'est désormais **plus valorisée** par les Français, il est logique que ressorte un pessimisme global sur les **perspectives professionnelles** réservées par leur profession (**70 %** n'ont aucune confiance en leur avenir professionnel) et plus de la moitié pense que les **media traditionnels** sont condamnés.

Il est d'ailleurs frappant de constater que seulement **32 %** des journalistes déclarent ne pas envisager de **se réorienter professionnellement** contre **40 %** qui l'envisagent et **17 %** qui avouent déjà exercer une autre activité en parallèle.

### UN MÉTIER QUI ALLIE PASSION ET SENS

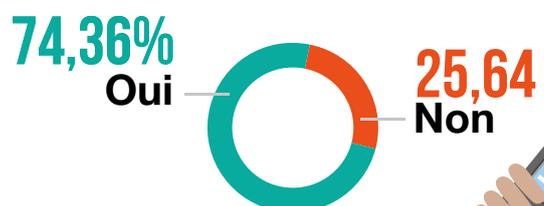
Mais le journalisme est une **vocation** qui n'est pas sans générer certains **paradoxes**. En effet, alors que **57 %** ne recommanderaient pas à un jeune de se lancer dans des études de journalisme, ils restent une grande majorité (**74 %**) à réaffirmer que, si le choix leur était donné aujourd'hui, ils referaient la même carrière !

Et lorsqu'on leur demande de définir leur profession, les journalistes mettent en avant avec vigueur **la passion** qui les anime et **la quête de sens** qui habite ce « job pas comme les autres ». Au-delà des difficultés rencontrées, le journaliste continue donc de vivre sa mission d'information comme indispensable à la bonne marche de notre démocratie.

## CONSEILLERIEZ-VOUS À UN JEUNE DE SE LANCER DANS LE JOURNALISME AUJOURD'HUI ?



## SI VOUS AVIEZ LE CHOIX AUJOURD'HUI, OPTERIEZ-VOUS À NOUVEAU POUR LE MÉTIER DE JOURNALISTE ?







# ÊTRE JOURNALISTE EN 2019

Cliquez ici pour télécharger l'infographie

EN REGARD DU MÉTIER IL Y A QUELQUES ANNÉES, AVEZ-VOUS LE SENTIMENT QUE VOS CONDITIONS DE TRAVAIL SONT :



SI VOUS CONSIDÉREZ QU'ELLES SE SONT DÉGRADÉES, EST-CE DU FAIT :



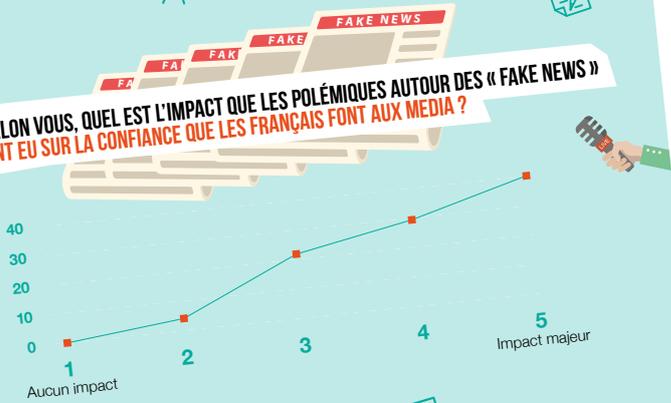
VOUS CONSIDÉREZ-VOUS COMME LIBRE D'EXERCER VOTRE MÉTIER TEL QUE VOUS L'IMAGINEZ ?



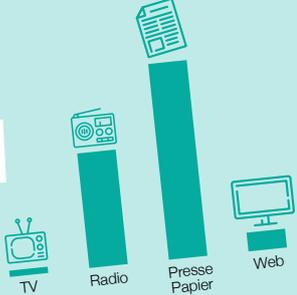
PENSEZ-VOUS QUE LA PROFESSION DE JOURNALISTE SOIT APPRÉCIÉE / VALORISÉE PAR LES FRANÇAIS ?



SELON VOUS, QUEL EST L'IMPACT QUE LES POLÉMIQUES AUTOUR DES « FAKE NEWS » ONT EU SUR LA CONFIANCE QUE LES FRANÇAIS FONT AUX MEDIA ?



Y A-T-IL UN TYPE DE PRESSE QUI BÉNÉFICIE D'UNE MEILLEURE IMAGE QUE LA MOYENNE ?



## À propos de ComCorp

ComCorp est une agence de communication indépendante, spécialisée dans le développement de l'image, du capital confiance et de la réputation des entreprises et des marques. Forte d'une gamme étendue d'expertises, de savoir-faire et de solutions, l'offre de ComCorp porte sur toute la chaîne de valeur de la communication, du conseil stratégique à l'évaluation de la performance ; elle couvre tous les grands métiers du secteur : relations media, contenu éditorial, communication interne, digital, évènementiel, communication de crise, communication corporate et financière, communication marketing et commerciale. ComCorp se veut le partenaire conseil de référence des entreprises pour les aider à concevoir, planifier, organiser, et orchestrer leurs plans de communication. Fondée en 2013 par Charles de La Rochefoucauld et basée à Paris, ComCorp est un membre actif de trois réseaux internationaux complémentaires d'agences indépendantes.

### Contact presse

Alexis Noal (ComCorp) - [anoal@comcorp.fr](mailto:anoal@comcorp.fr)

Tél. : +33 (0) 1 84 17 84 05/Mob. : +33 (0) 6 61 19 86 82



Agence conseil en **réputation**  
des entreprises et des marques