

Les métiers de l'information

Mis à jour le 24 Janvier 2017



© Fotolia

Dans la presse écrite comme dans l'audiovisuel, deux secteurs très présents en Ile-de-France, les métiers de l'information connaissent de profondes mutations depuis l'arrivée d'Internet.

Introduction

Ordinateurs, mobiles, tablettes : l'essor du numérique a entraîné la multiplication des supports et des contenus, rendant plus difficile le tracé d'un périmètre précis des entreprises et des salariés travaillant dans le domaine de la production et de la diffusion d'informations.

Selon une présentation réalisée par la mutuelle Audiens à l'occasion de la conférence des métiers du journalisme, les secteurs de la presse écrite, de la radio, de la télévision et des agences de presse rassemblaient **2 938 entreprises** en 2011, employant près de **130 000 salariés** (dont 59 % travaillant pour la presse écrite).

L'emploi se caractérise par un **recours important aux contrats précaires**. En 2014, si les journalistes en CDI sont majoritaires dans la presse écrite (63,6 %), ils sont largement minoritaires les agences de presse (8,1 %), la radio (9,7 %), et la télévision (15,8 %).

Outre les CDD, les entreprises recrutent grâce à des contrats courts propres à leurs secteurs : **les pigistes** sont 55,9 % dans la presse écrite, 18,7 % à la télévision et 13,4 % en agence de presse. Par ailleurs, la radio et la télévision emploient la moitié de leurs effectifs sous le statut d'**intermittent**.

Journalistes détenteurs de la carte de presse

Selon l'observatoire des métiers de la presse, 36 355 journalistes étaient détenteurs de la carte de journaliste professionnel en 2014. Ils sont 59,4 % à travailler dans la presse écrite, 15,7 % à la télévision et 9,1 % à la radio. On note une féminisation du métier de journaliste : 53,8 % des premiers demandeurs de cartes étaient des femmes en 2014.

Beaucoup de grands groupes de médias en région parisienne

L'Ile-de-France rassemble **la majorité des entreprises d'information**. La région emploie plus de la moitié des salariés de la presse écrite, et deux salariés sur trois des secteurs de la radio et de la télévision (Source : Observatoire de métiers de la presse et ministère de la Culture).

La concentration des effectifs du secteur en Ile-de-France s'explique notamment par **la présence de grands groupes de médias**. Ceux-ci sont majoritairement implantés à Paris (Radio France dans le 16e arrondissement, France Télévision dans le 15e, etc.) et dans les Hauts-de-Seine (Lagardère Active à Levallois, TF1 et les chaînes groupe Canal à Boulogne-Billancourt, Prisma Media à Gennevilliers, etc.).

Les activités concernées

Les activités des entreprises produisant et diffusant de l'information sont rattachées à la famille des industries culturelles, qui comprend également le livre, la musique ou le cinéma. Elles peuvent être réparties dans quatre catégories :

- **la presse écrite** (édition de journaux, de revues et de périodiques, y compris édition en ligne, et activités d'imprimerie, de routage et de portage de presse) ;
- **les agences de presse** (collecte, synthèse et diffusion des informations écrites, photographiques et audiovisuelles utilisées par la

presse et les autres médias) ;

- **la télévision** (production et diffusion, y compris en ligne, de programmes télévisés) ;
- **la radio** (production et diffusion, y compris en ligne, de programmes radio).

Les opportunités actuelles et à venir

Le secteur de l'information connaît de profonds bouleversements. La presse écrite traverse une crise importante, en raison de l'effondrement de ses recettes publicitaires. Pour faire face, les groupes se restructurent, en diminuant **leurs effectifs, et leurs coûts** (diminution des budgets consacrés aux reportages, aux achats de photographies, etc.). De plus en plus, ils commercialisent également de **nouveaux produits ou services** (édition de livres, organisation de voyages ou d'événements professionnels, etc.) et favorisent l'information en ligne.

Selon une étude menée en 2015 par Technologia, en partenariat avec le Syndicat national des journalistes (SNJ), « l'alimentation des sites est souvent au cœur de la problématique de l'organisation du travail. La vitesse s'est accélérée pour bénéficier du référencement. Les journalistes ont aujourd'hui presque deux employeurs : leur rédaction et Google ». Près de 60 % des journalistes répondant à l'enquête ont un compte social dans le cadre de leur travail, avec une pointe à 83 % pour ceux travaillant dans les radios privées.

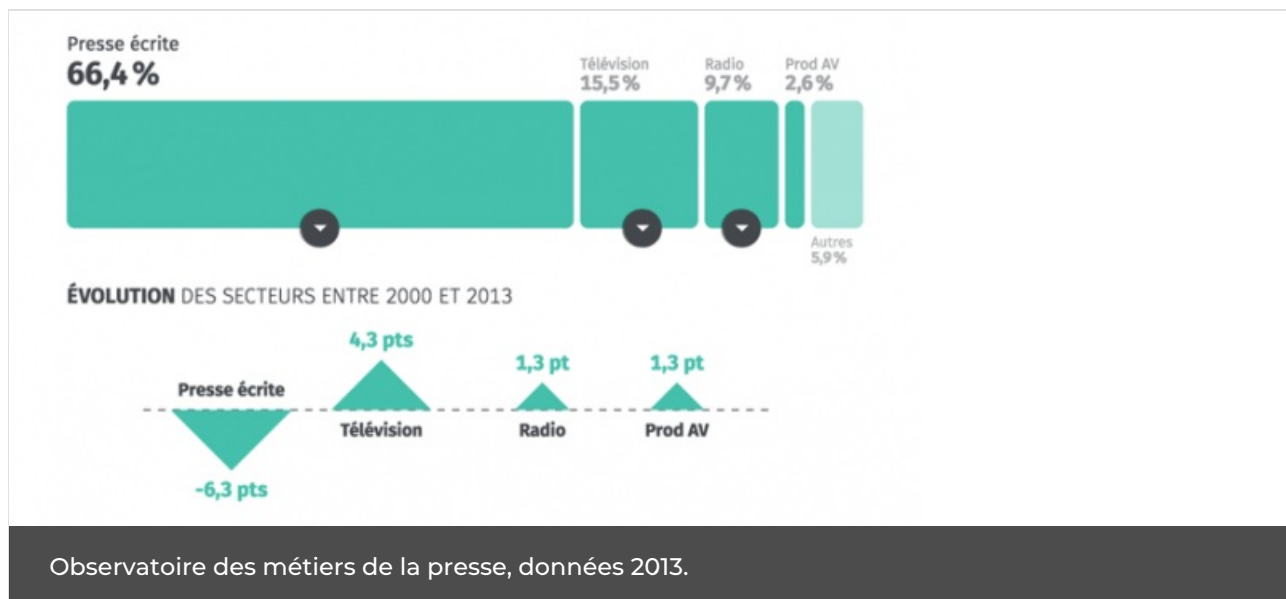
Du côté de la télévision, la multiplication des chaînes a entraîné un éparpillement de l'audience et des recettes publicitaires, créant une importante concurrence entre les différents acteurs du secteur. L'ensemble des médias est également affecté par le développement d'Internet et de nouveaux modes de consommation de l'information (réseaux sociaux, applications mobiles, vidéo en ligne ou à la demande, podcast, etc.).

Pour faire face à ces enjeux, les entreprises de l'information sont à la recherche de **commerciaux**, de **spécialistes du marketing ou du développement éditorial**. Les sites Internet des médias offrent également des opportunités de recrutement pour des **journalistes aux profils pluridisciplinaires**, maîtrisant à la fois les techniques de l'écrit, de l'image et du son.

La question de la polyvalence concerne la quasi-totalité des journalistes : 85 % d'entre eux en 2011, 87 % en 2015.

Repères chiffrés

Infographie 1 : Répartition du nombre de journalistes par secteur



Tags : [metier de l'information](#) [1] | [mutations économiques](#) [2] | [secteur](#) [3] | [Ile-de-France](#) [4]