

Mediaddress__

Media contact

“Journalistes et bureaux de presse: une relation compliquée”

The Eye of Journalists on PR | Europe 2023 

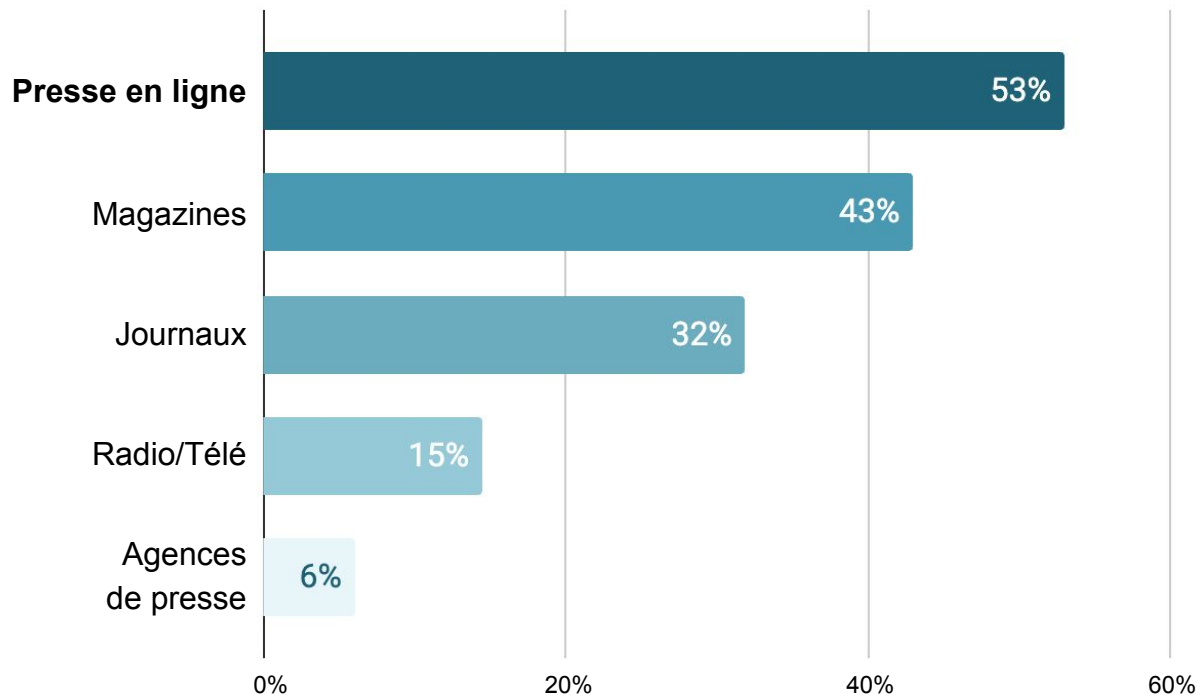
Introduction

Au mois de mai 2023, **Mediaddress a réalisé une recherche, appelée “The Eye of Journalists on PR” en Espagne et en France, suite à celle réalisée en Italie** (au mois d’avril).

Cette deuxième recherche, avec presque **700 journalistes impliqués et plus de 25.000 réponses recueillies et analysées**, fournit un cadre encore plus large et intéressant sur le statut de la relation entre journalistes et bureaux de presse.

Aujourd’hui, **nous sommes fiers de partager avec vous nos réflexions sur des questions majeures**, les disparités entre les pays questionnés et, dans la deuxième partie du document, le rapport complet des résultats de la recherche, la moyenne européenne et les données pour chaque pays.

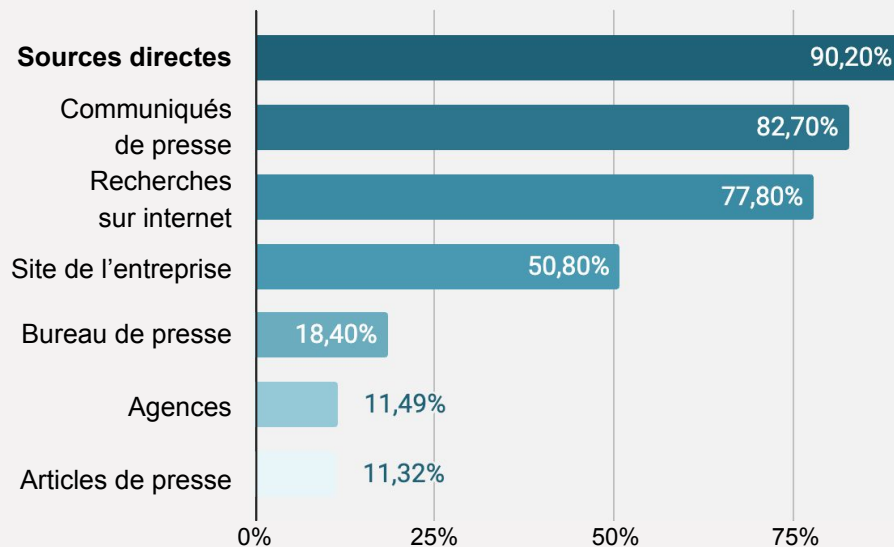
Pour quel type de médias travaillez-vous?



Sources directes et réseaux de vos relations

Sources directes (90,2%), communiqués de presse (82,7%) et recherches en ligne (77,8%) sont les **principales sources d'informations pour les journalistes européens** qui doivent écrire un article.

Quand vous rédigez vos articles, quels outils utilisez-vous pour rassembler les informations?



Sources directes et réseaux de vos relations

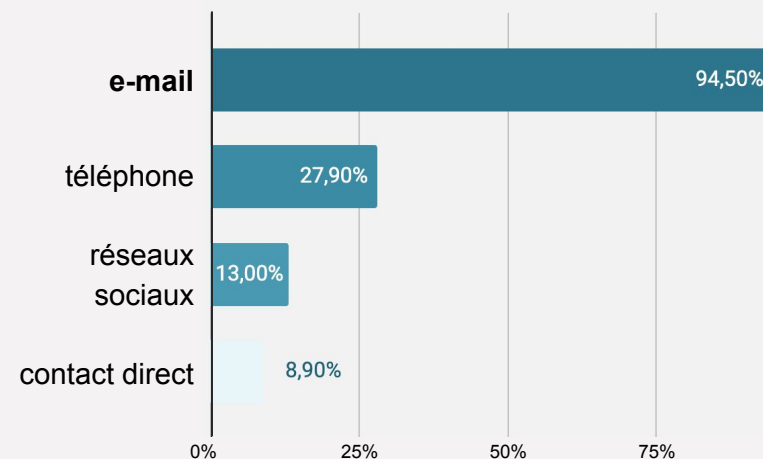
Aucun doute sur les sources et réseaux que les journalistes utilisent.

94,5% préfère être contacté par mail.

27,9% des journalistes qui ont répondu à notre sondage apprécie l'appel téléphonique.

13% considère les réseaux sociaux adaptés, à utiliser pour le partage des communiqués (23,1%).

Par quel moyen préférez-vous être contacté par un bureau de presse?



Les réseaux sociaux sont-ils utiles pour recevoir les communiqués des entreprises et organismes?



Sources directes et réseaux de vos relations

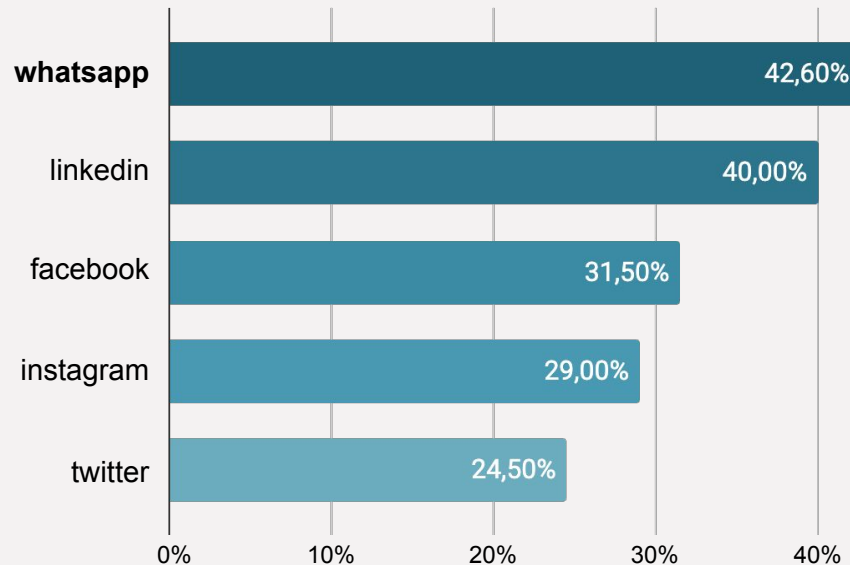
Bien que les réseaux sociaux ne soient pas un canal de communication privilégié par les bureaux de presse, 96 % des journalistes les utilisent.

Le plus utilisé est Whatsapp (42,6%), suivi de LinkedIn (40%), Facebook (31,5%) et Instagram (29%).

Le mythe selon lequel X (anciennement Twitter) est le réseau social de prédilection des journalistes est démenti : seulement 24,5% des répondants l'utilisent.

Les journalistes français, qui utilisent presque exclusivement LinkedIn (33%), sont moins présents sur les réseaux sociaux. Enfin, 4% des journalistes sont anti "réseaux sociaux".

Quels sont les réseaux sociaux que vous consultez habituellement?

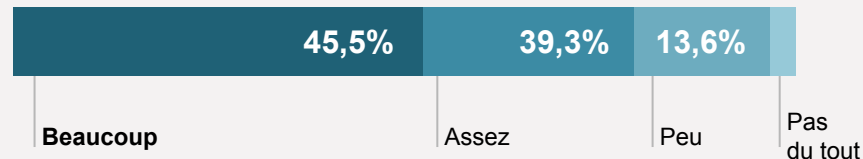


Sources directes et réseaux de vos relations

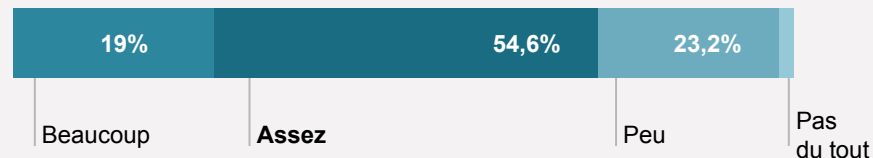
85% des **personnes interrogées assistent régulièrement à des conférences de presse.**

45,5% y participent souvent et pour 3 journalistes sur 4 les conférences représentent des occasions utiles de rencontre et de networking.

Ça vous arrive de participer aux conférences de presse et aux présentations?



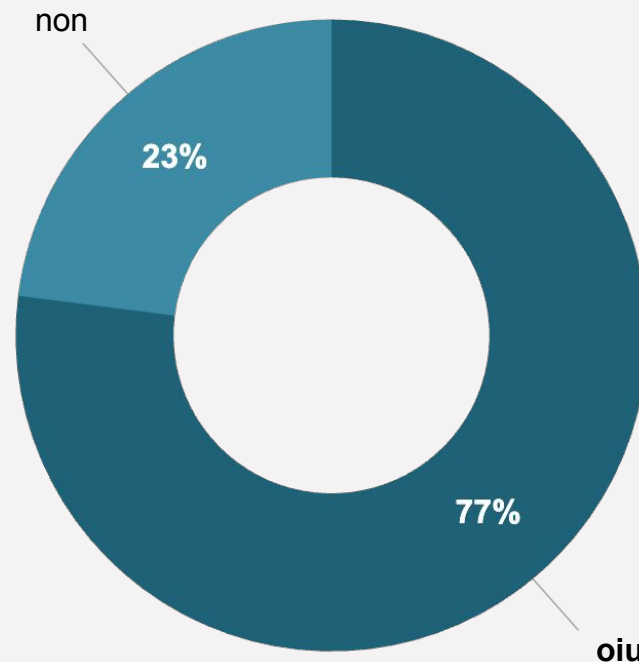
Trouvez-vous utile la conférence de presse?



Communiqués de presse, points positifs et négatifs

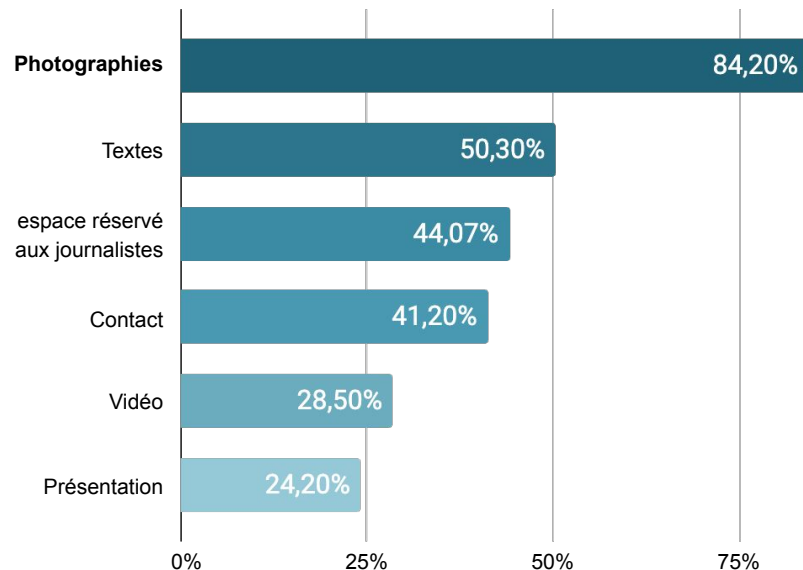
De manière générale, 76,9% des **journalistes interrogés considèrent les communiqués de presse une source fiable** et apprécient les photos (84,2%), les textes descriptifs (50,3%) et des liens vers des salles de presse (ou newsroom) dédiées (44%), déjà fréquentées par 63,8% de l'échantillon.

Selon votre expérience, les communiqués de presse sont-ils des sources fiables?

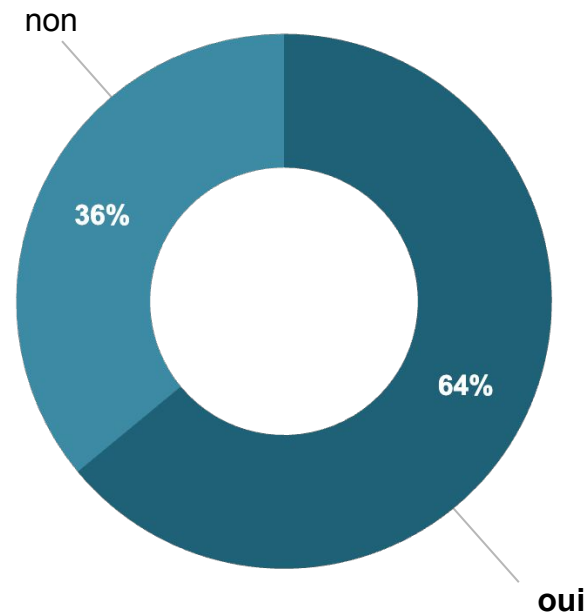


Communiqués de presse, points positifs et négatifs

Avez-vous utilisé des agrégateurs de communiqués de presse dans le passé pour vos recherches?



Êtes-vous inscrit à des newsrooms (zone réservée aux journalistes) sur des sites d'entreprises/organismes ?



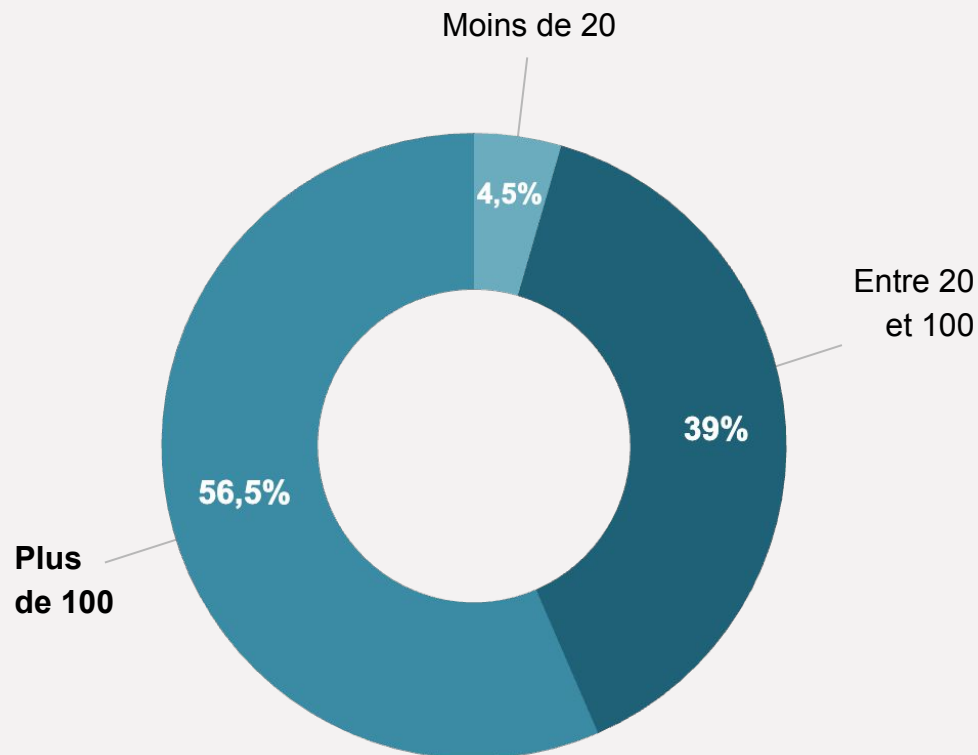
Communiqués de presse, points positifs et négatifs

Cependant, le nombre de communiqués de presse que les journalistes reçoivent, bien au-delà des 100 communiqués par semaine pour 60% des répondants, semble excessif.

En témoigne le chiffre relatif aux communiqués qui ne sont même pas ouverts : environ 75% des répondants lisent moins de la moitié des communiqués qu'ils reçoivent et 30% en lisent moins de 1 sur 10.

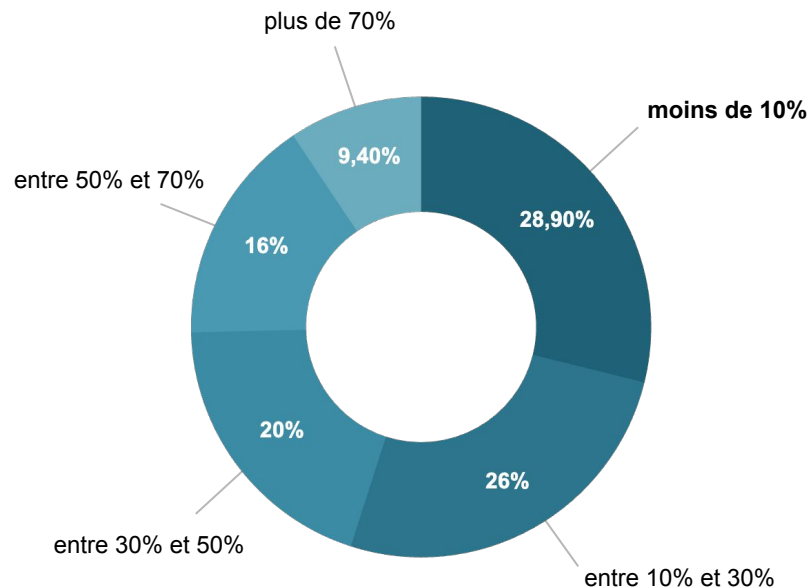
Les raisons? Ne correspondent pas aux intérêts du journaliste (80%), ne sont pas considérés comme utiles (60%), manque de temps (40%).

Combien de communiqués de presse recevez-vous par semaine?

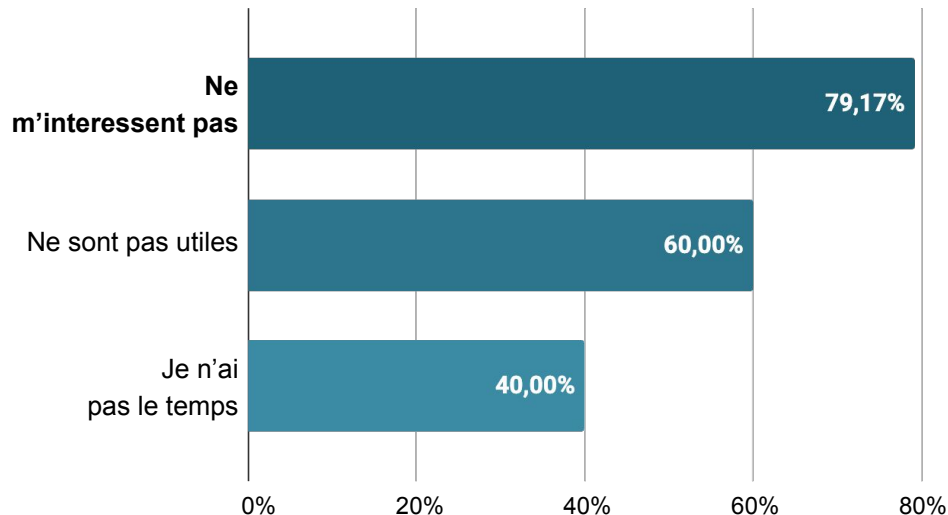


Communiqués de presse, points positifs et négatifs

Sur un total de 100 communiqués, combien en lisez-vous par jour (même partiellement ou seulement le titre)?



Pouvez-vous donner les principales raisons qui ne vous motivent pas à lire les communiqués?



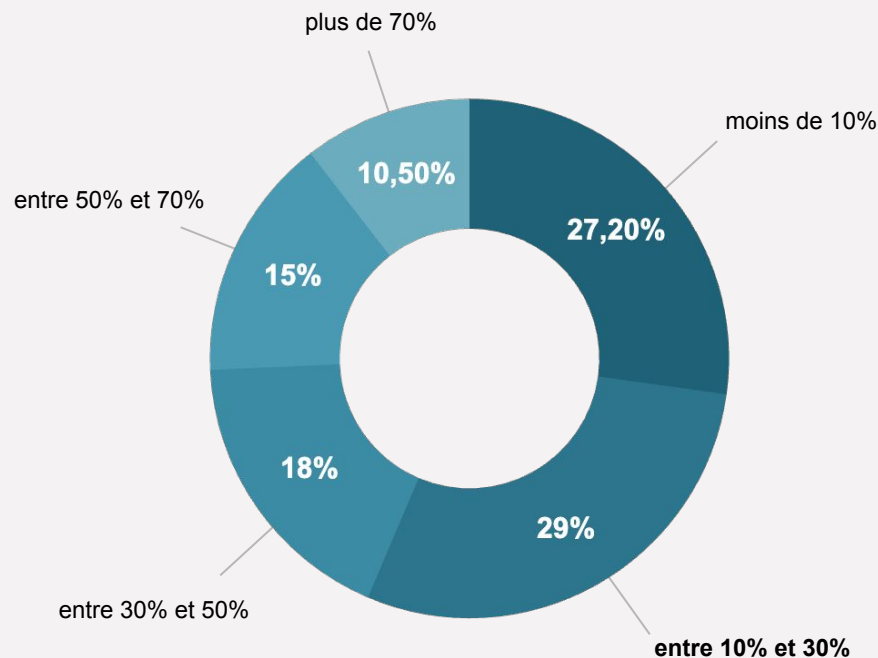
Communiqués de presse, points positifs et négatifs

75% des personnes interrogées considèrent que le communiqué est réellement moins utile qu'une fois sur deux, puisqu'il atteint 80% en Italie et 83% en Espagne.

Ce chiffre dépend principalement du nombre élevé de communications hors sujet ou parce qu'il n'est pas exhaustif (voir ci-dessus).

Il faut dire que la sélection se fait souvent à partir d'un aperçu que le journaliste consulte depuis son téléphone portable (titre, expéditeur, présence ou non d'images et de pièces jointes).

Concernant les communiqués pertinents: sur un total de 100 communiqués, combien sont vraiment utiles pour votre travail?

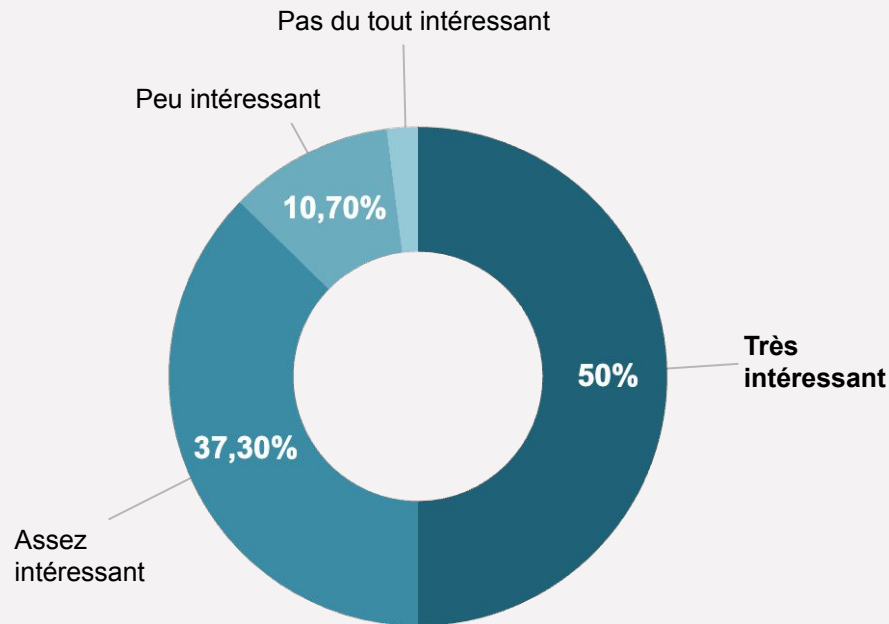


Désiré

La recherche montre un intérêt significatif pour des solutions capables de rationaliser la gestion des communiqués et de la relation avec les bureaux de presse :

Une base de données **de tous contacts et coordonnées des bureaux de presse** intéresse 87,3 % des répondants.

Combien estimez-vous intéressant avoir disponible une base de données des responsables des bureaux de presse?



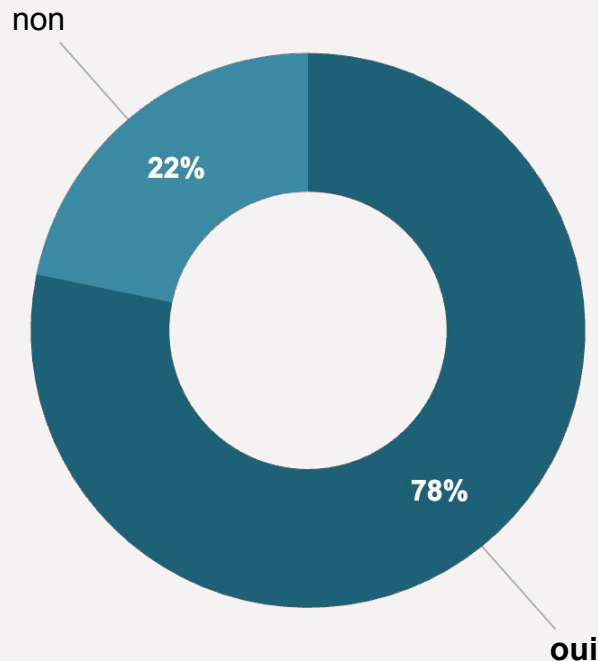
Désiré

78,3 % apprécieraient un **calendrier** complet et actualisé des **conférences de presse** prévues.

75,8% montrent de l'intérêt pour une **plate-forme repository** où trouver tous les kits de presse des entreprises et des organismes.

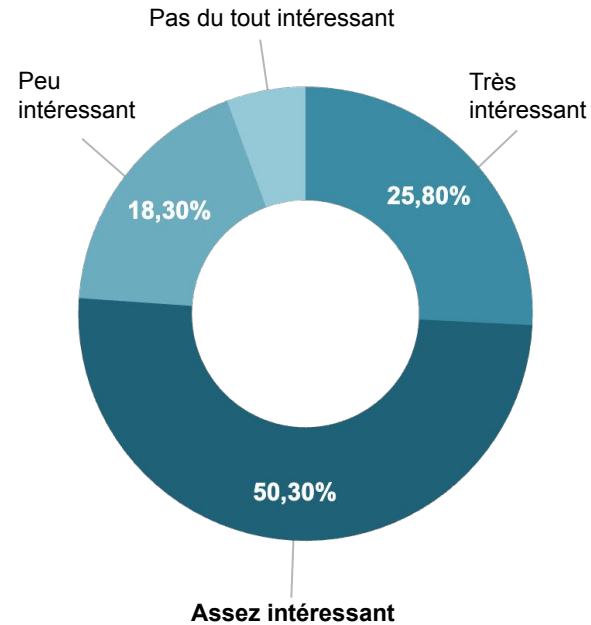
Les **agrégateurs de communiqués de presse** sont considérés utiles à très utiles pour 75% des répondants. Nous constatons ici une forte diversité parmi les journalistes des pays concernés, en effet 61% en France ont déjà utilisé ces outils, alors qu'ils ne sont que 20% en Italie et 12% en Espagne.

Trouvez-vous utile un calendrier des conférences de presse?

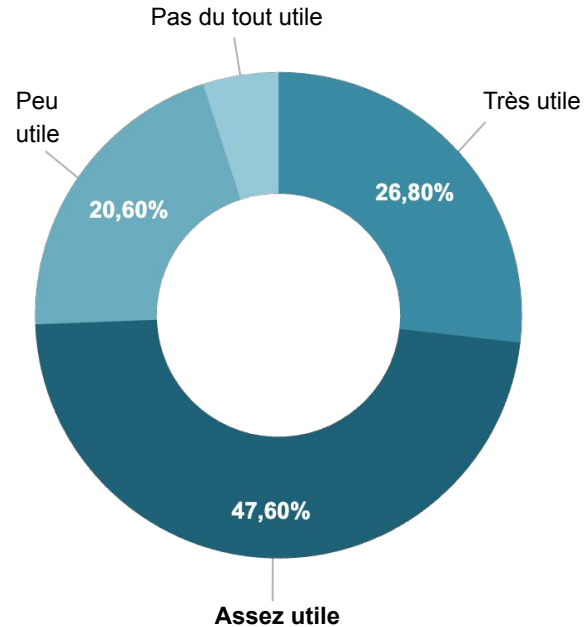


Désiré

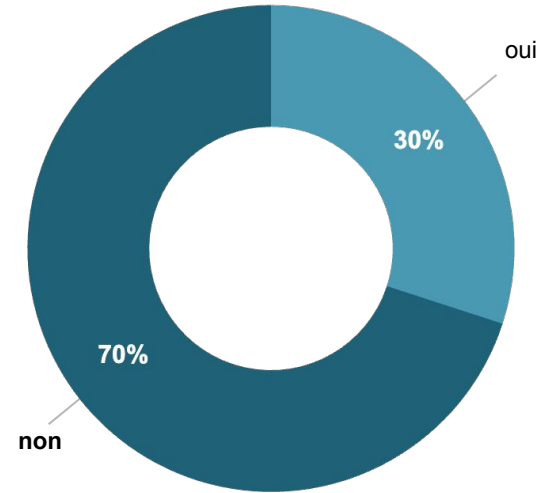
Serait-il intéressant de disposer d'une plateforme où trouver tous les kits de presse des entreprises/organismes?



Un agrégateur de communiqués de presse serait-il utile pour votre travail?



Avez-vous déjà utilisé des agrégateurs de communiqués de presse pour vos recherches?

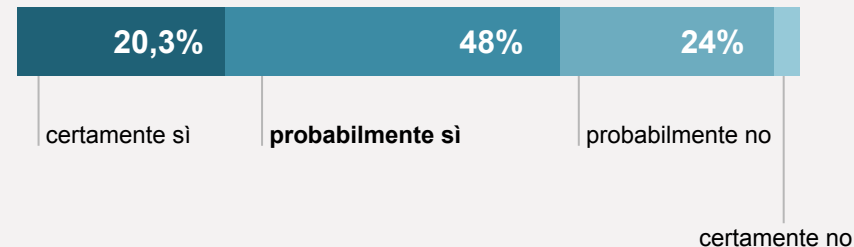


Désiré

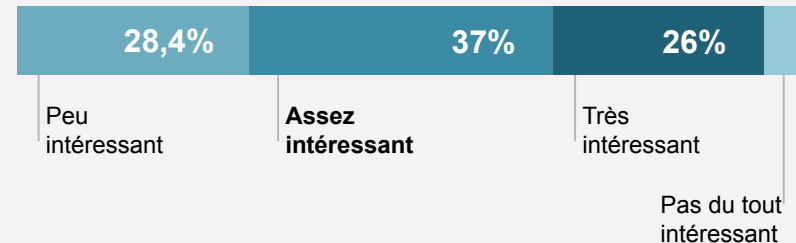
68,3% souhaiteraient, *à condition qu'il soit gratuit*, un **système pour organiser les communications** en fonction de leurs intérêts

Enfin, 63% des journalistes trouvent utile d'avoir accès aux **contacts de ses collègues**.

Pourriez-vous envisager un système/service qui organise pour vous les communiqués de presse selon vos intérêts?



Estimez-vous intéressant avoir accès aux contacts des journalistes de toutes les rédactions?



Conclusions

Si le communiqué de presse confirme sa place **centrale dans la relation entre journalistes et bureaux de presse**, il met en **évidence la surabondance des informations** et le manque de temps (lié à la faible efficacité des moyens d'y accéder).

La recherche, élargie aux journalistes espagnols et français, confirme **2 critiques déjà relevés sur la recherche en Italie**.

De nouveaux points de contact et services sont nécessaires pour aider les journalistes à **rendre la consultation et la gestion des contenus plus simples et plus efficaces**.

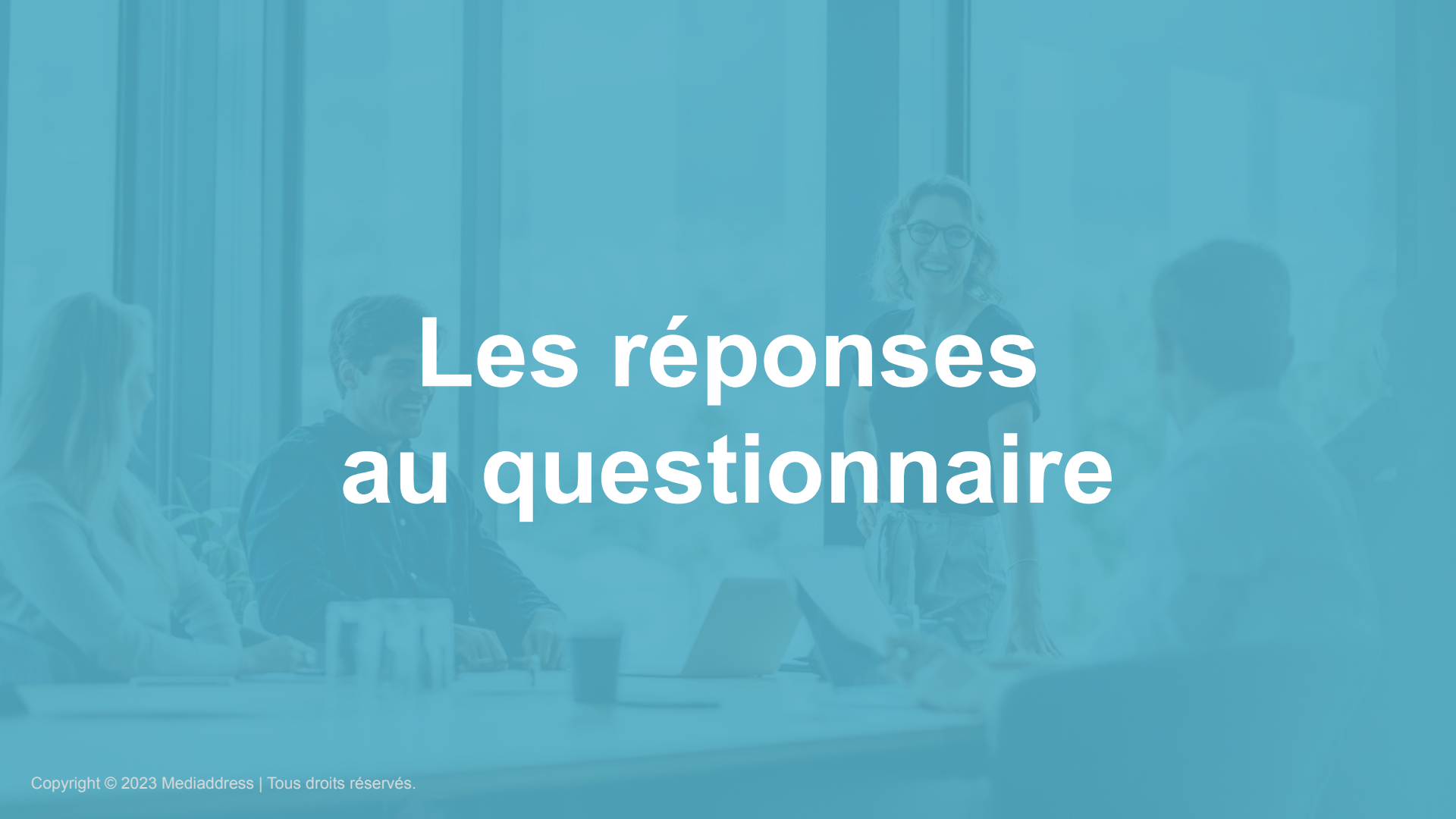
1

Les boîtes aux lettres des journalistes sont encombrées de trop nombreux communiqués qui n'ont que peu ou pas à voir avec leurs intérêts, **et moins de la moitié sont effectivement ouverts**.

Il est avant tout dans l'intérêt des bureaux de presse eux-mêmes d'**affiner le ciblage de leurs envois**, en utilisant des contacts mis à jour et correctement catégorisés par domaines d'intérêt.

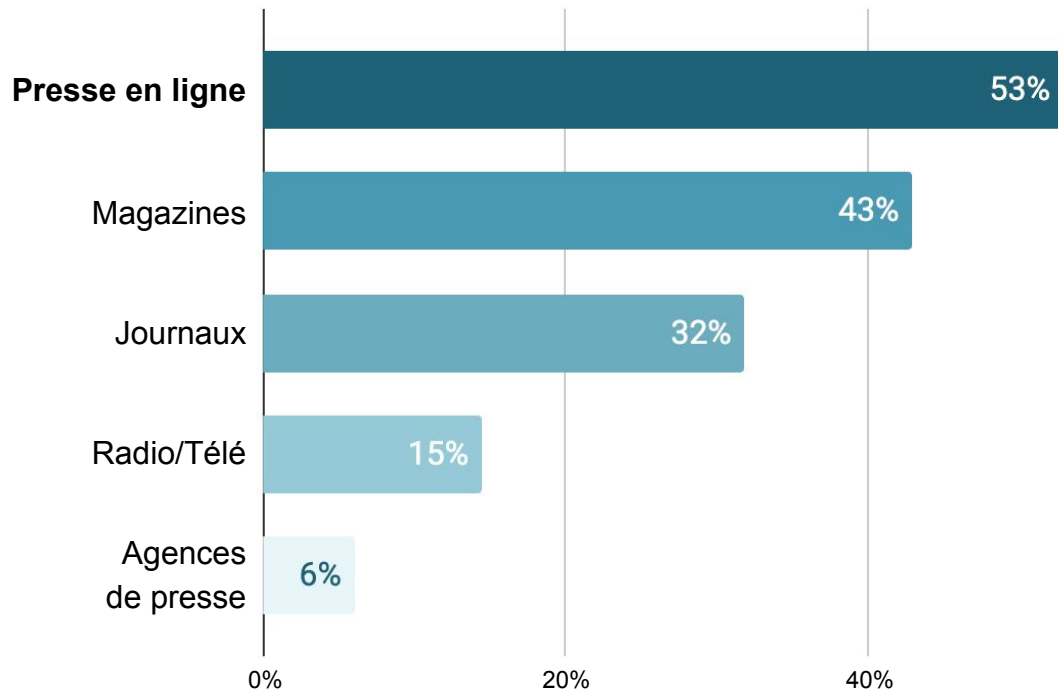
2

La plupart des communiqués que les journalistes lisent **sont peu exhaustifs**. Il y a une **demande pour des paquets de contenu plus riches**, articulés et facilement accessibles pour le journaliste, dont le communiqué doit être la couverture efficace.

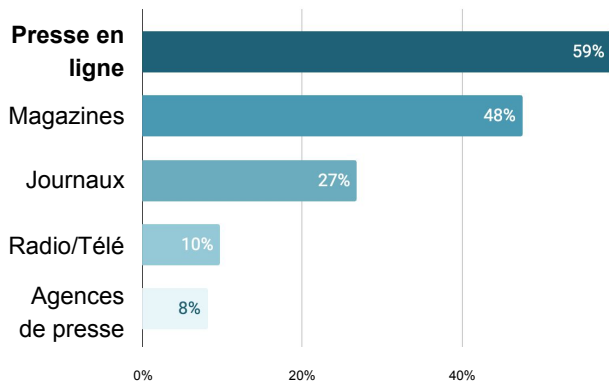


Les réponses au questionnaire

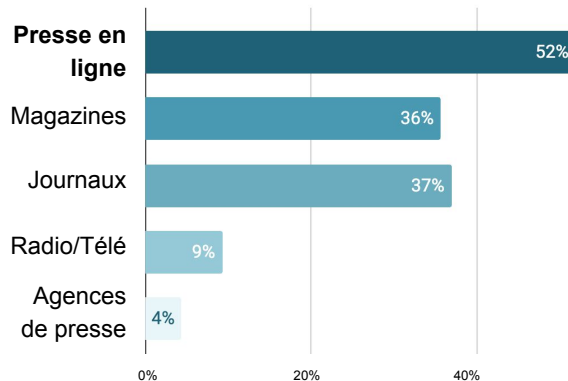
01. Pour quel type de médias travaillez-vous?



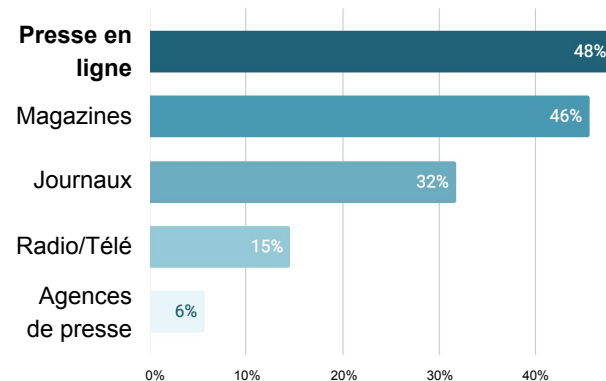
01. Pour quel type de médias travaillez-vous?



 Italie

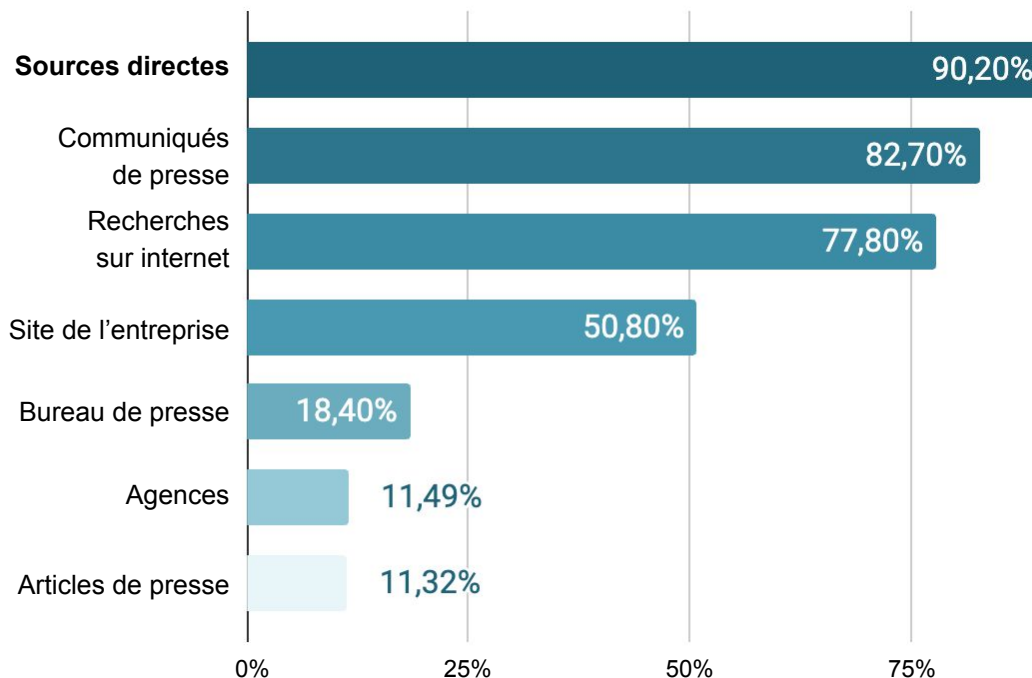


 Espagne

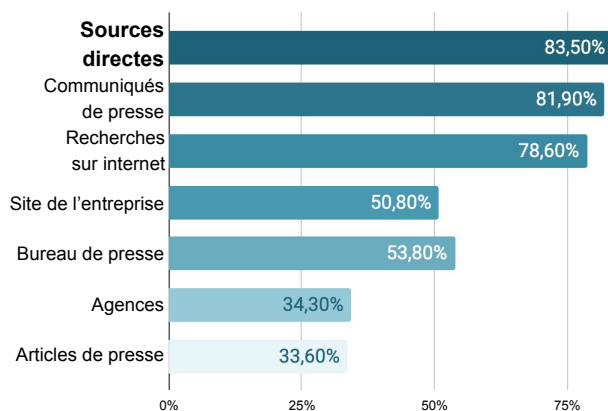
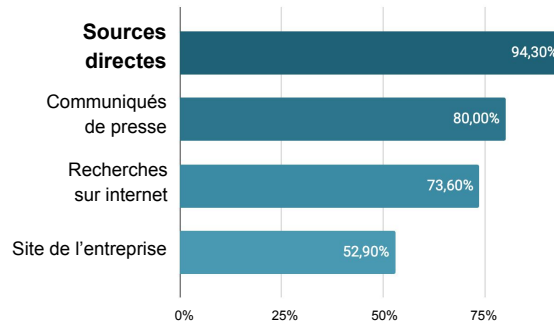
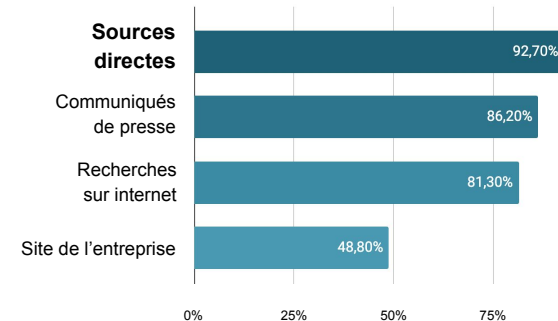


 France

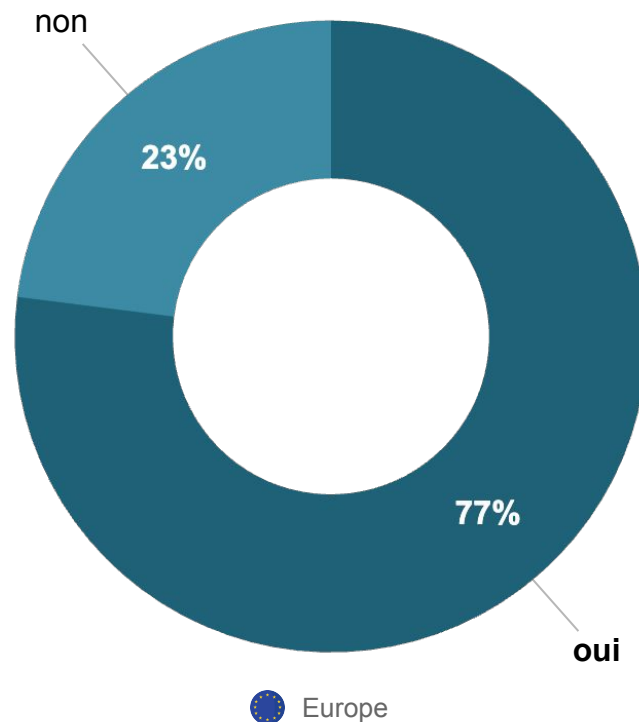
02. Quand vous rédigez vos articles, quels outils utilisez-vous pour rassembler les informations?



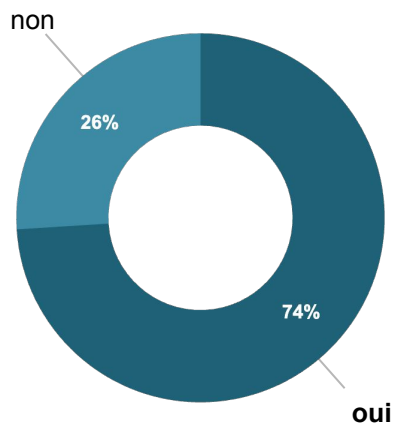
02. Quand vous rédigez vos articles, quels outils utilisez-vous pour rassembler les informations?

 Italie Espagne France

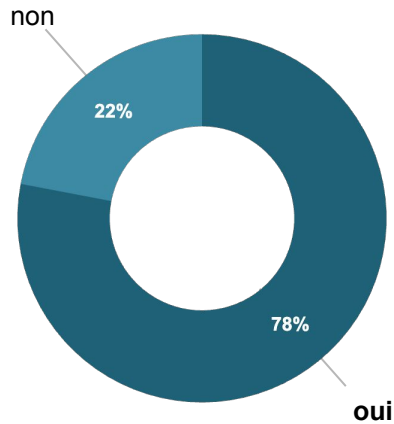
03. Selon votre expérience, pensez-vous que les communiqués de presse soient des bonnes sources?



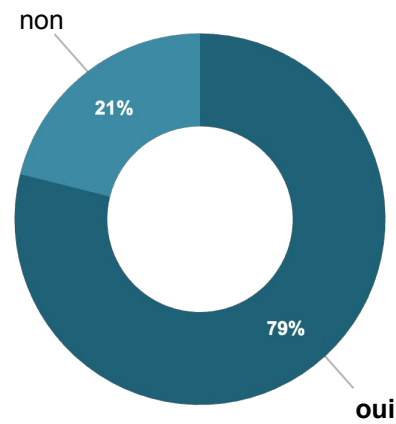
03. Selon votre expérience, pensez-vous que les communiqués de presse soient des bonnes sources?



 Italie

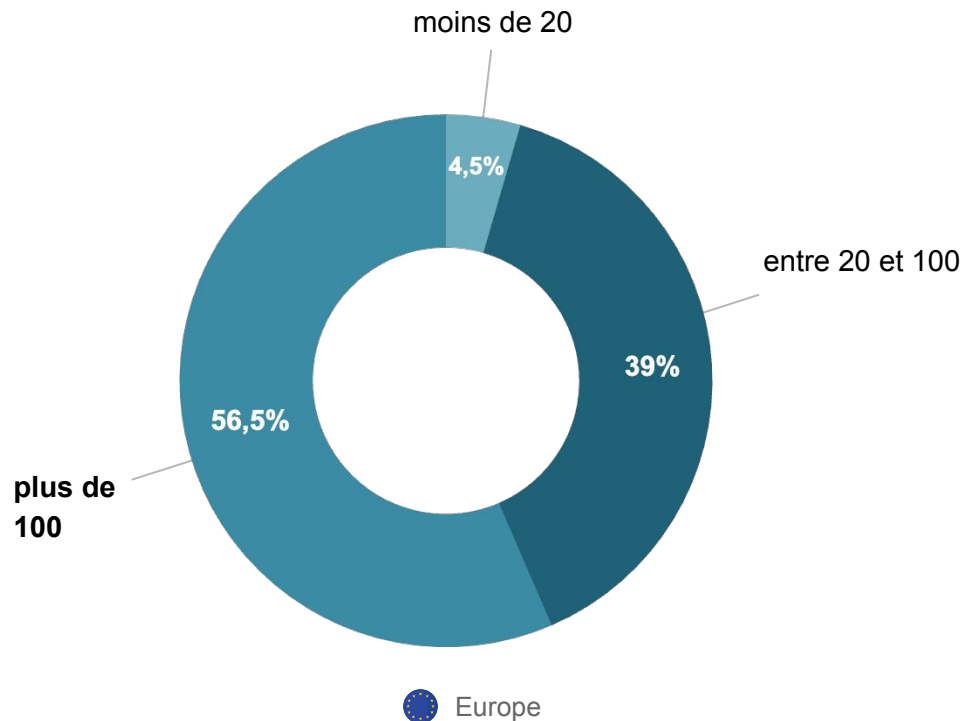


 Espagne

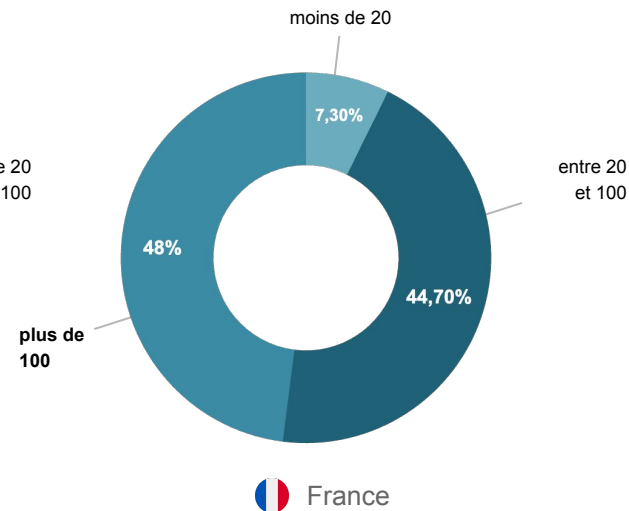
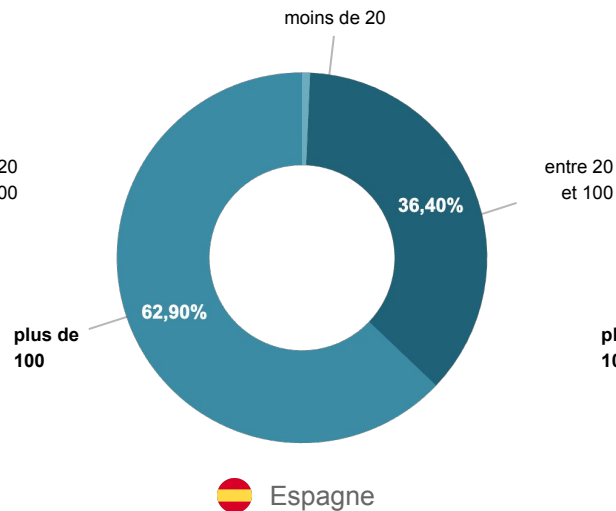
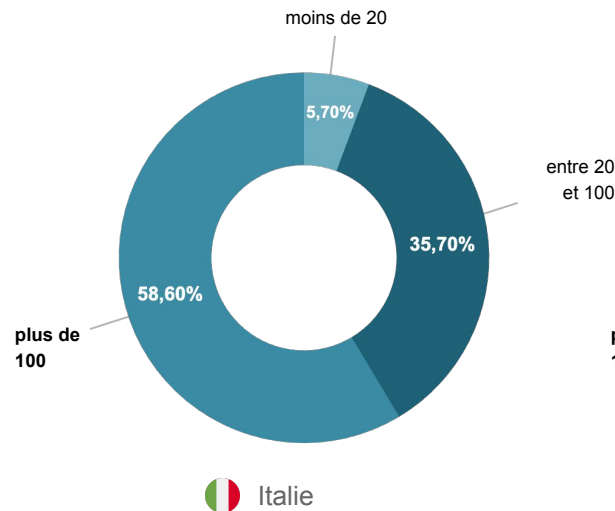


 France

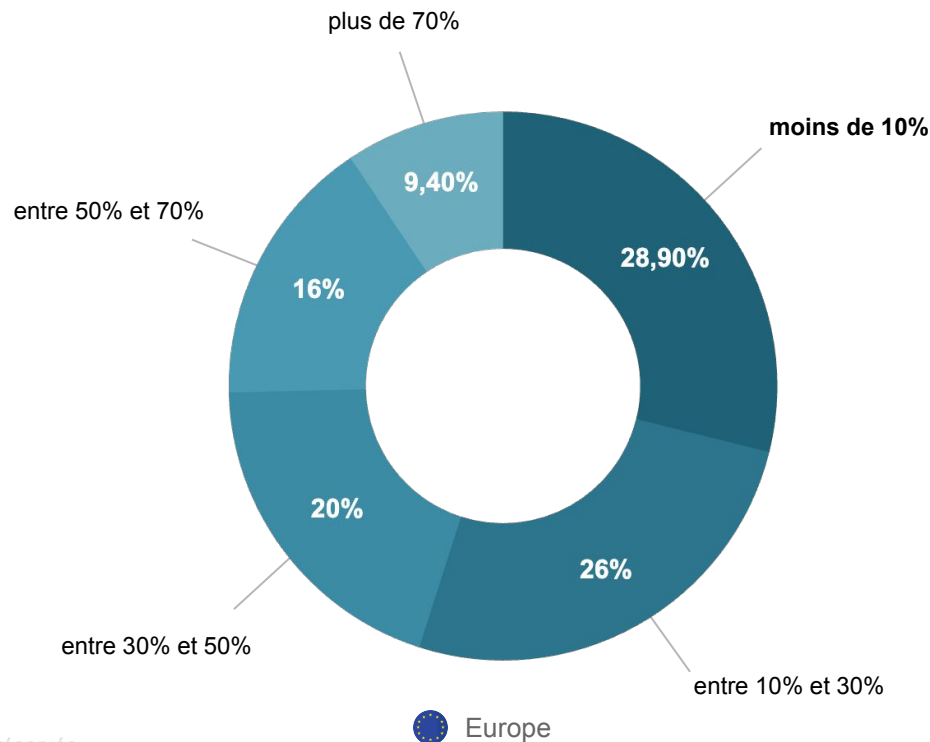
04. Combien de communiqués de presse recevez-vous par semaine?



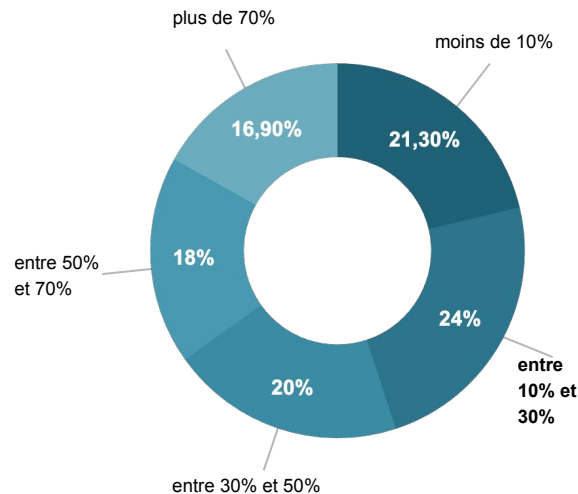
04. Combien de communiqués de presse recevez-vous par semaine?



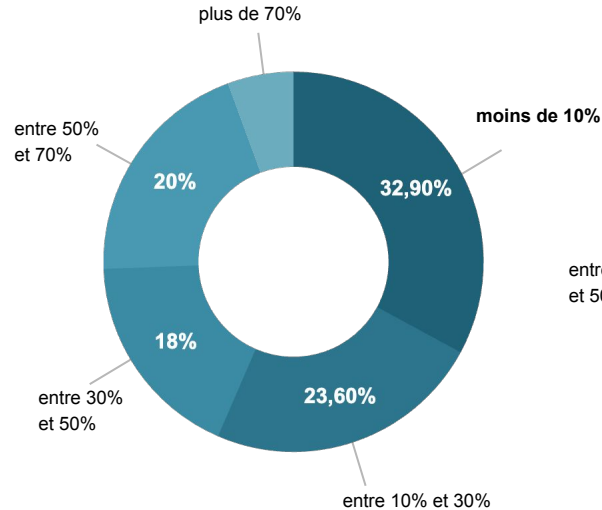
05. Sur un total de 100 communiqués, combien en lisez-vous par jour (même partiellement ou seulement le titre)?



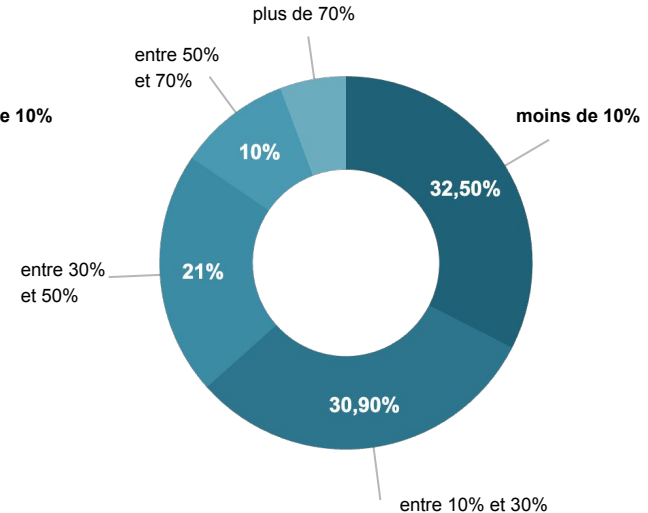
05. Sur un total de 100 communiqués, combien en lisez-vous par jour (même partiellement ou seulement le titre)?



 Italie

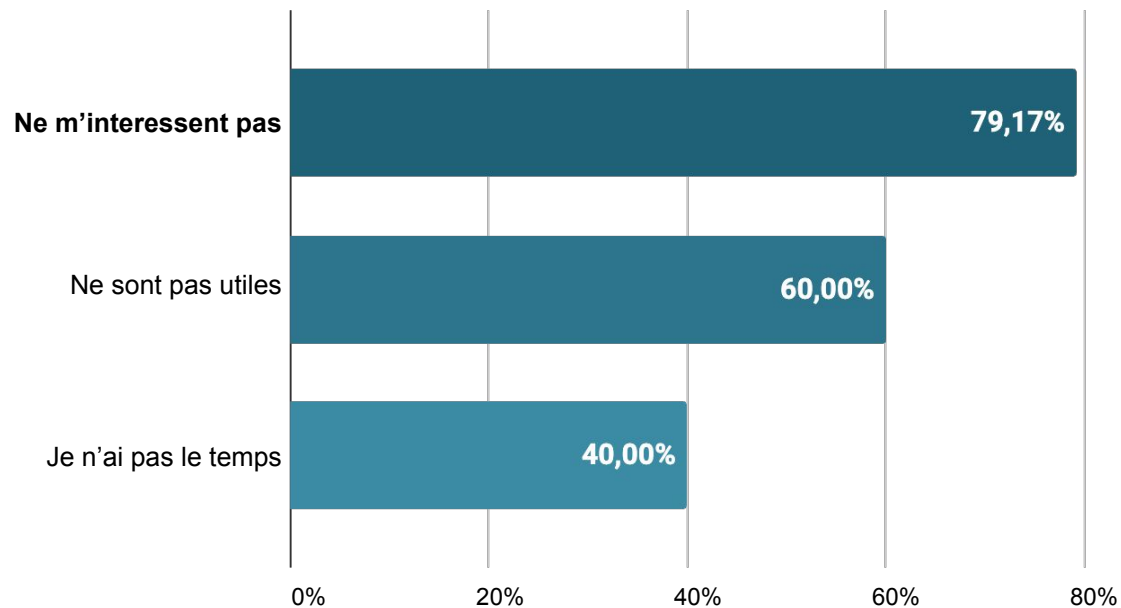


 Espagne

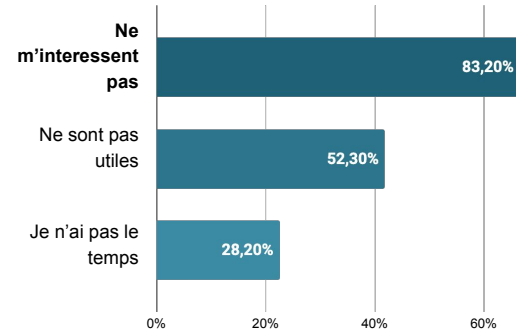
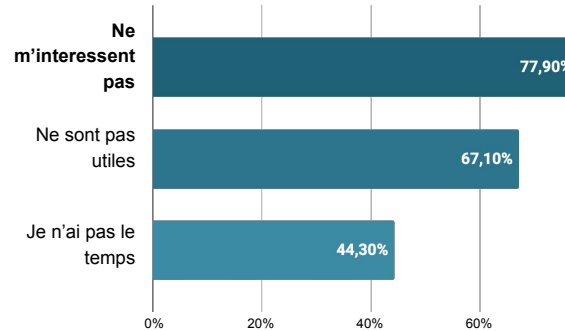
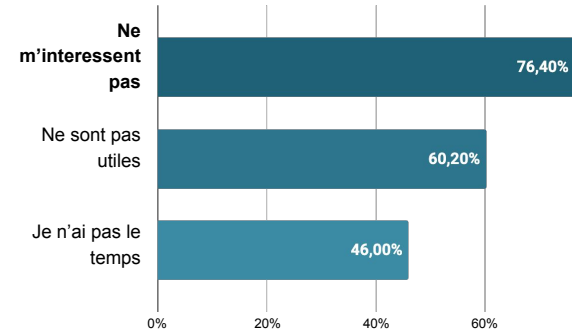


 France

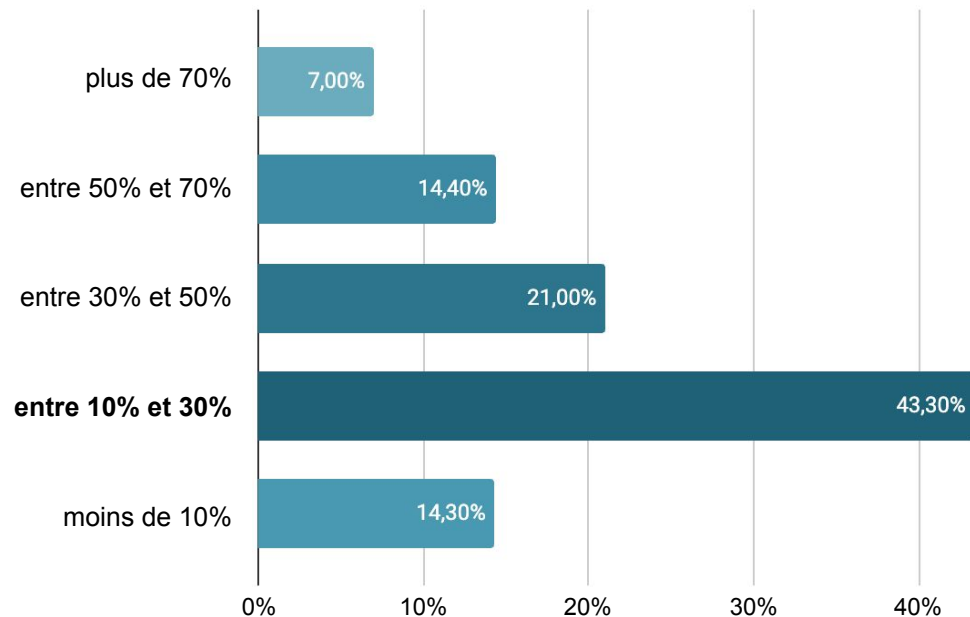
06. Pouvez-vous donner les principales raisons qui ne vous motivent pas à lire les communiqués?



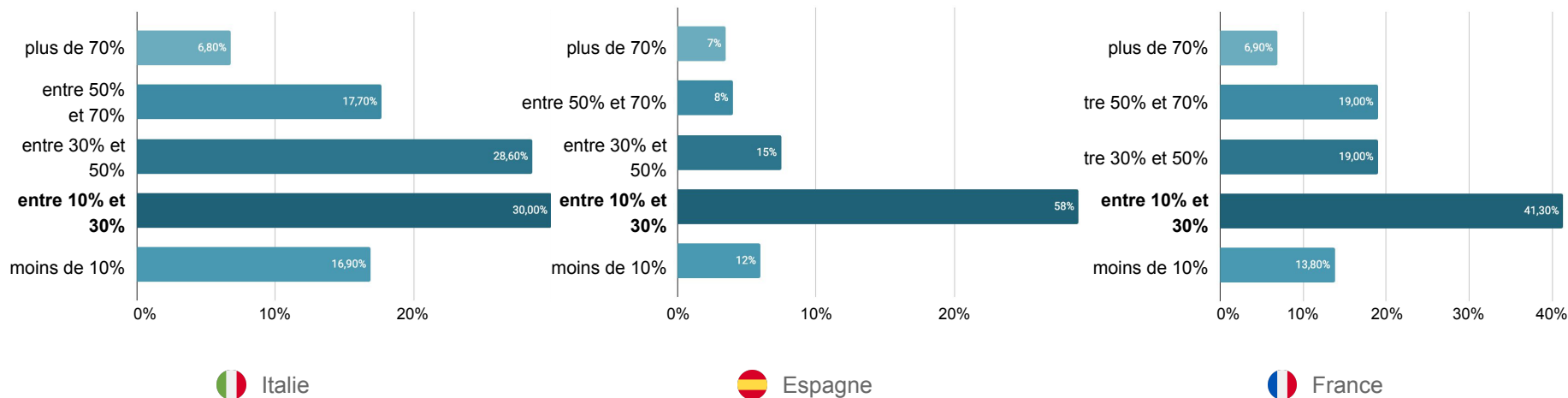
06. Pouvez-vous donner les principales raisons qui ne vous motivent pas à lire les communiqués?

 Italie Espagne France

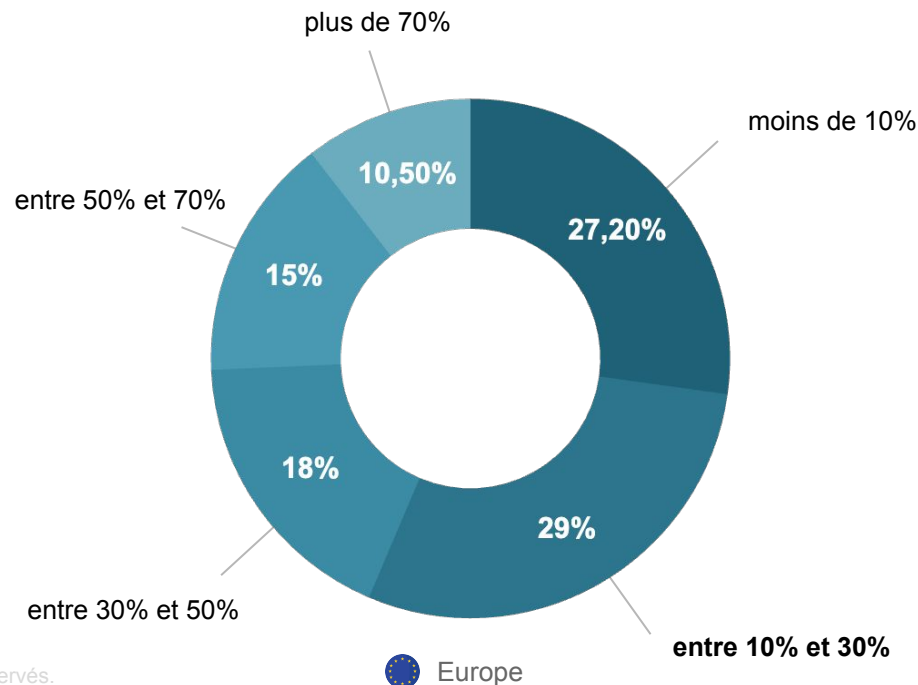
07. Fait 100 sur les communiqués que vous recevez, Combien d'entre eux sont pertinents par rapport aux sujets que vous abordez?



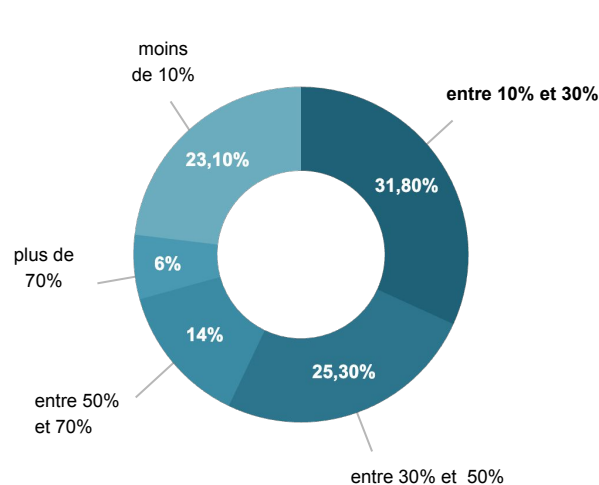
07. Fait 100 sur les communiqués que vous recevez, Combien d'entre eux sont pertinents par rapport aux sujets que vous abordez?



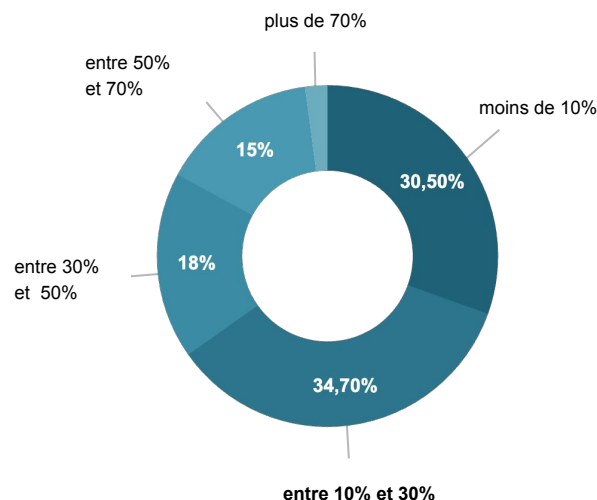
08. Concernant les communiqués pertinents: sur un total de 100 communiqués, combien sont vraiment utiles pour votre travail?



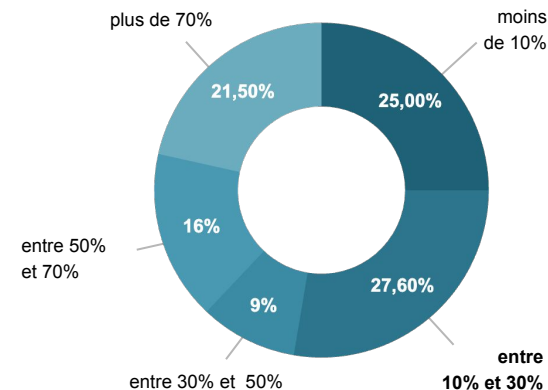
08. Concernant les communiqués pertinents: sur un total de 100 communiqués, combien sont vraiment utiles pour votre travail?



 Italie

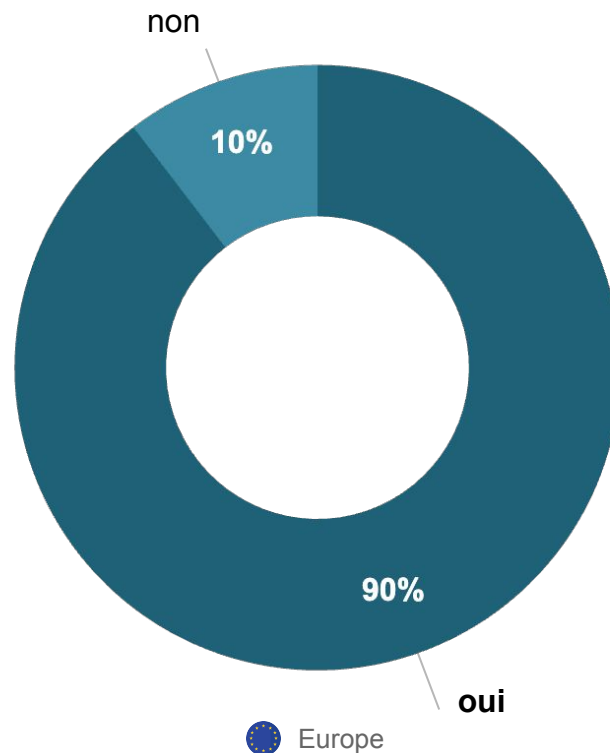


 Espagne

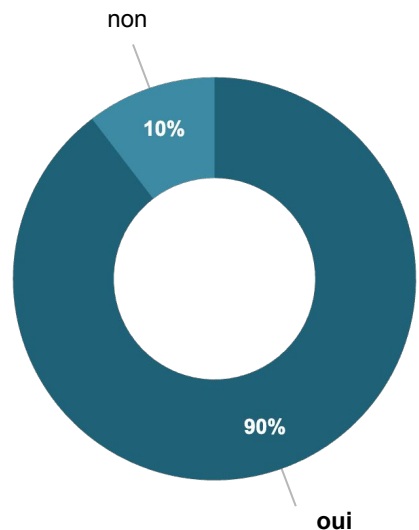


 France

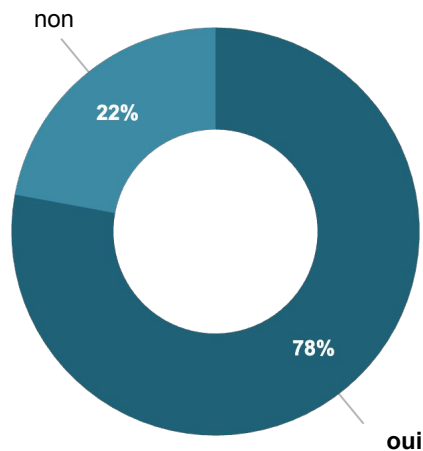
09. Habituellement, pour la préparation d'un article et les recherches, consultez-vous les communiqués de presse?



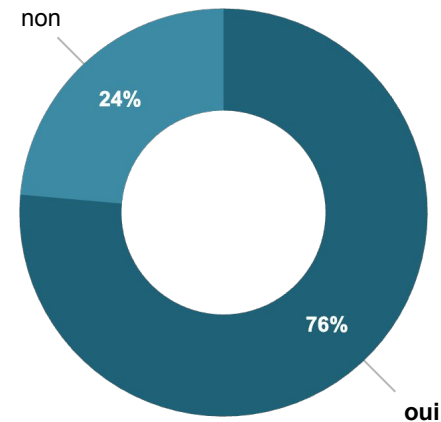
09. Habituellement, pour la préparation d'un article et les recherches, consultez-vous les communiqués de presse?



🇮🇹 Italie

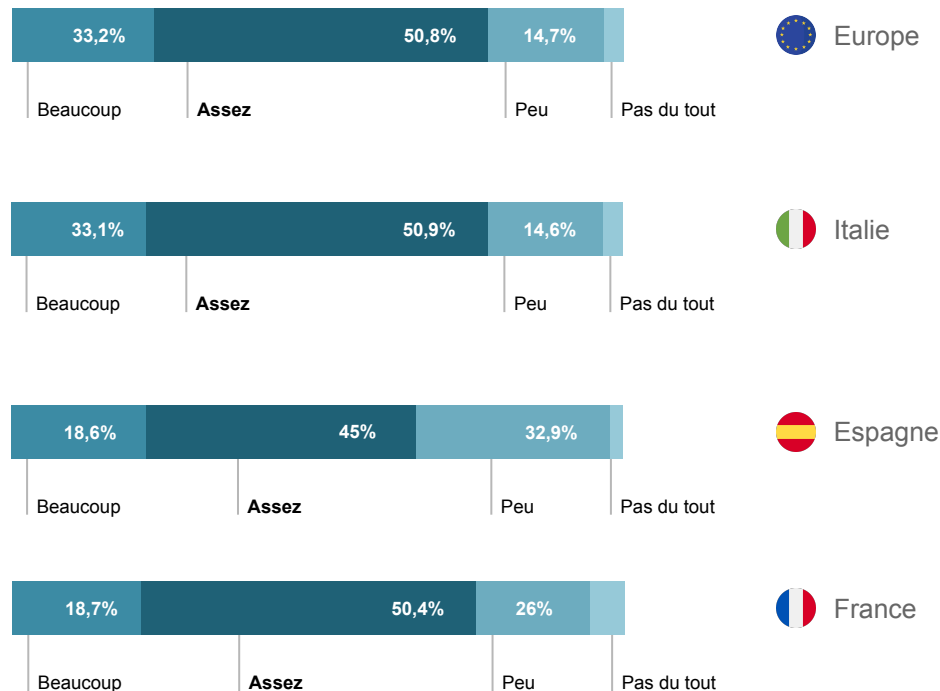


🇪🇸 Espagne

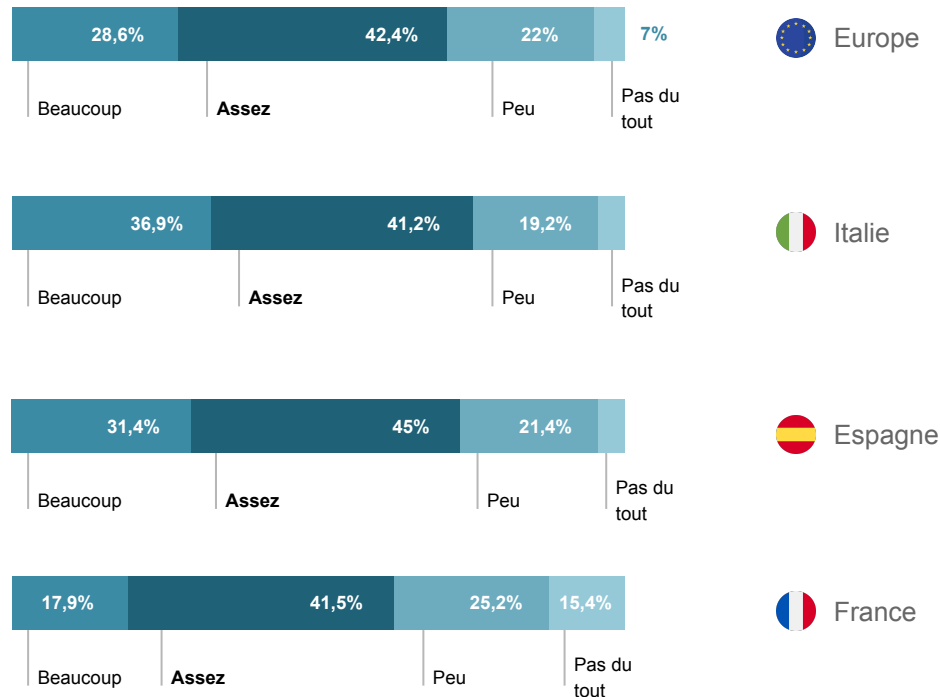


🇫🇷 France

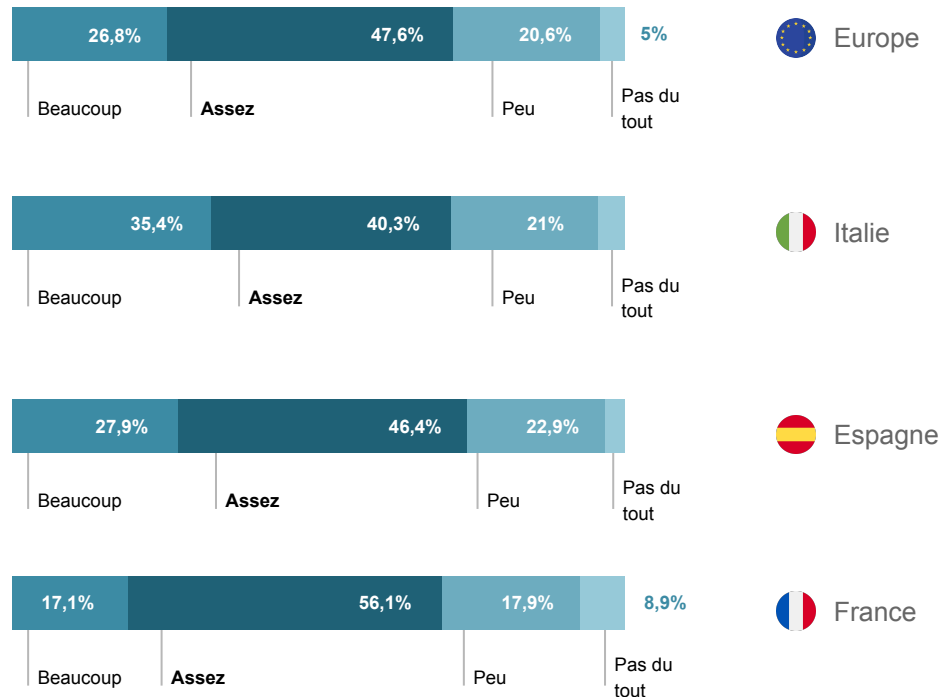
10. De manière générale, pour votre travail trouvez-vous intéressant consulter les communiqués de presse?



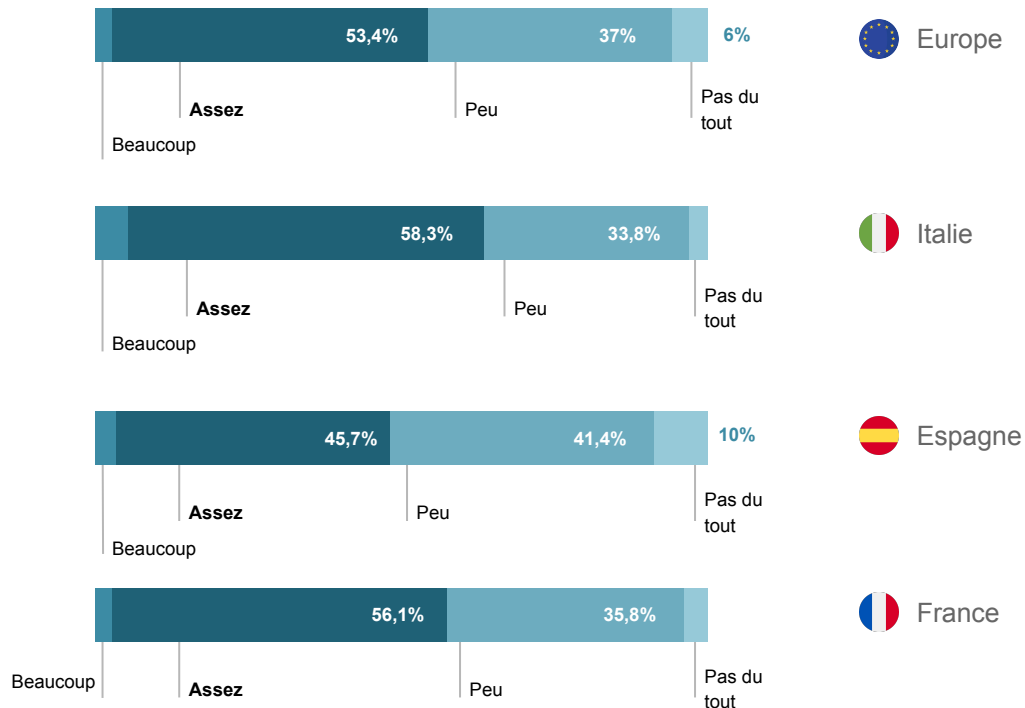
11. Dans quelle mesure êtes-vous intéressé par un agrégateur de communiqués de presse?



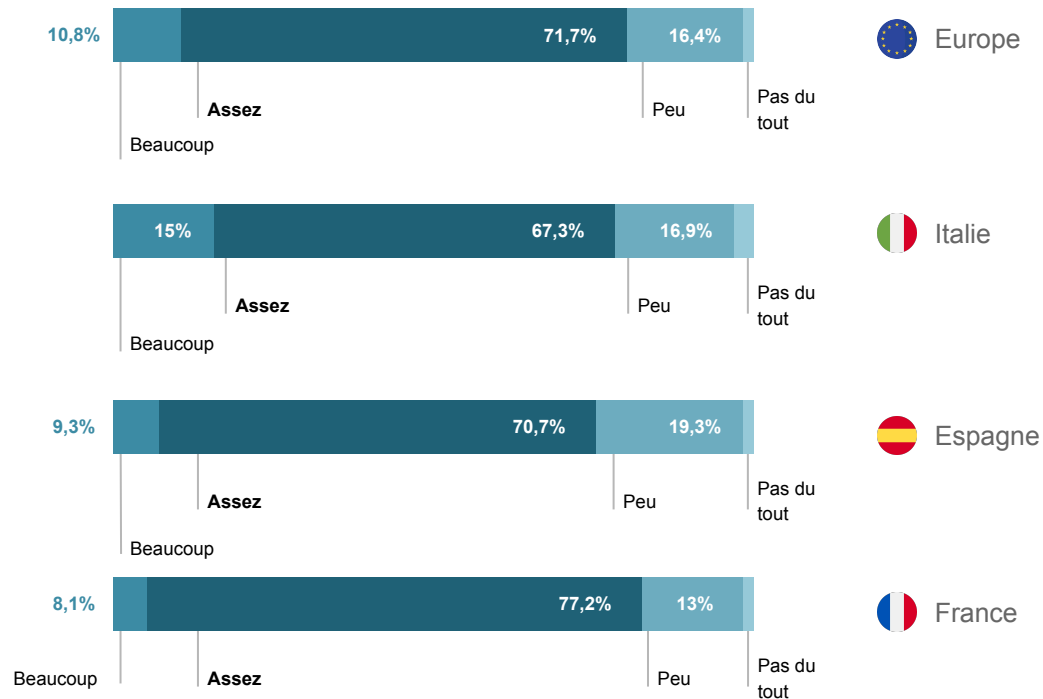
12. Un agrégateur de communiqués de presse serait-il utile pour votre travail?



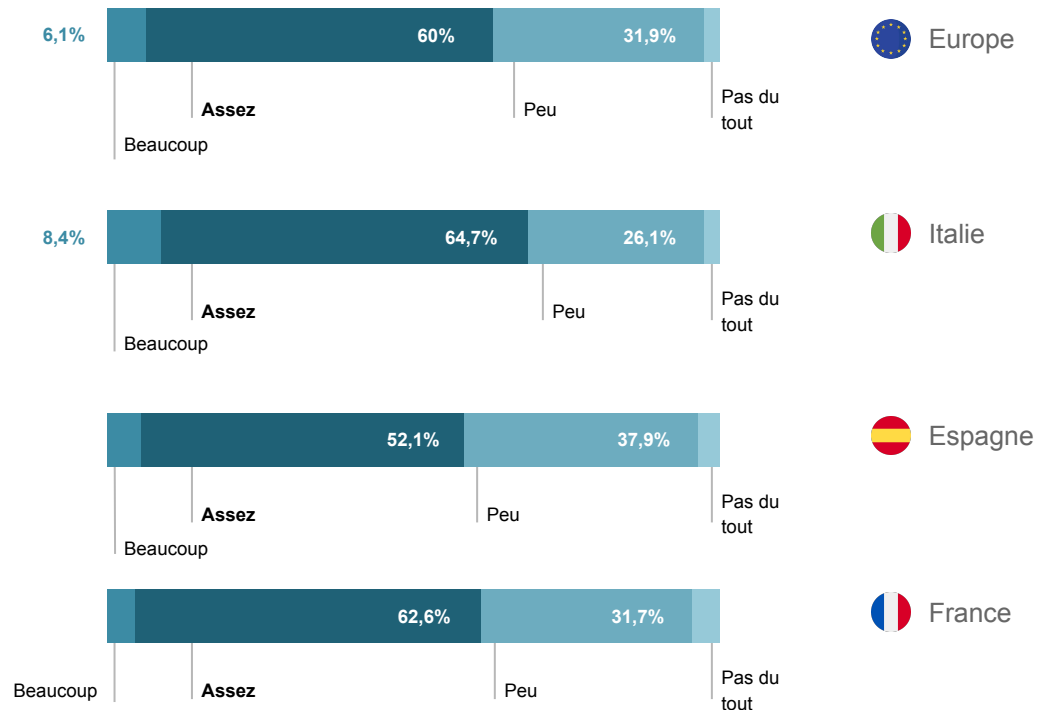
13. Trouvez-vous que les nouvelles que vous recevez des bureaux de presse sont complètes?



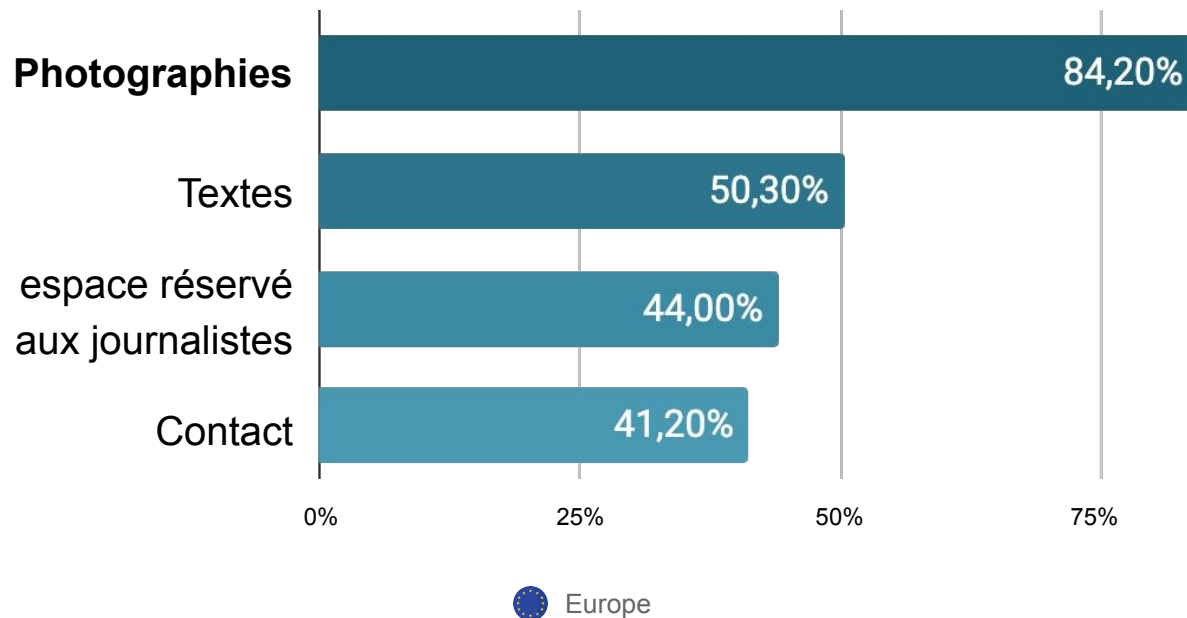
14. Trouvez-vous que les nouvelles que vous recevez des bureaux de presse sont fiables?



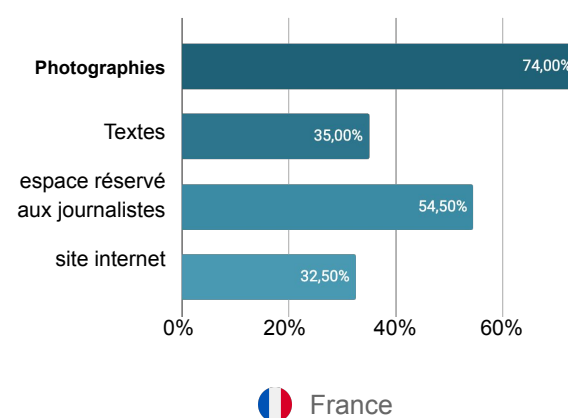
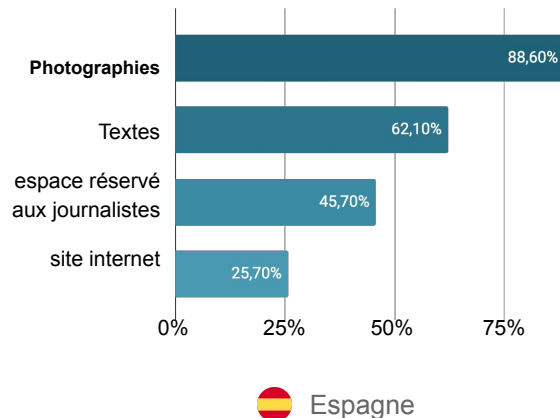
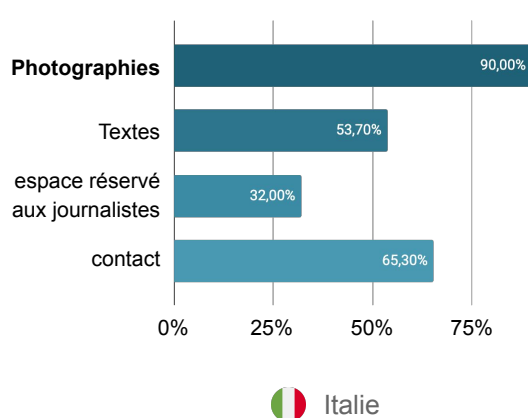
15. Trouvez-vous que les nouvelles que vous recevez des bureaux de presse sont utiles?



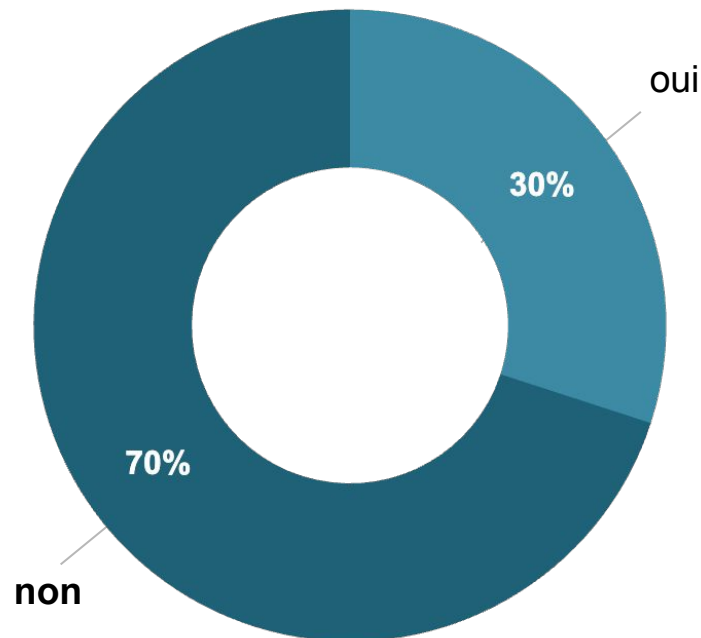
16. Avez-vous utilisé des agrégateurs de communiqués de presse dans le passé pour vos recherches?



16. Avez-vous utilisé des agrégateurs de communiqués de presse dans le passé pour vos recherches?

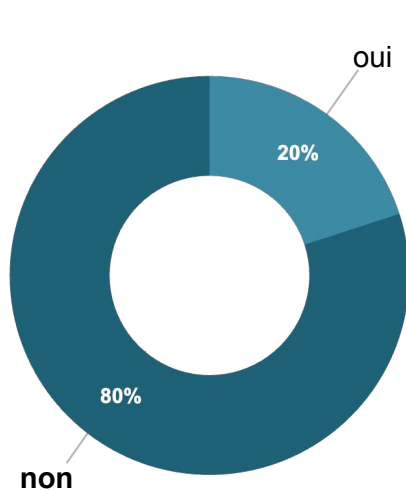


17. Avez-vous déjà utilisé des agrégateurs de communiqués de presse pour vos recherches?

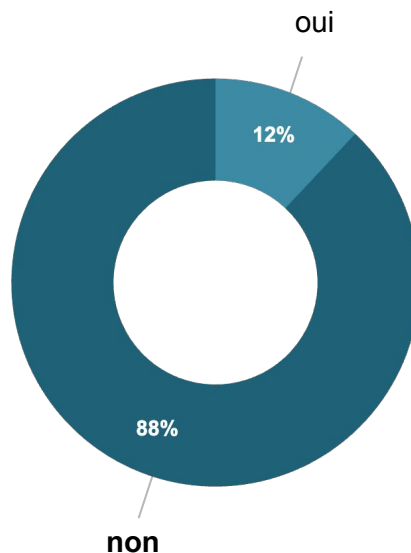


 Europe

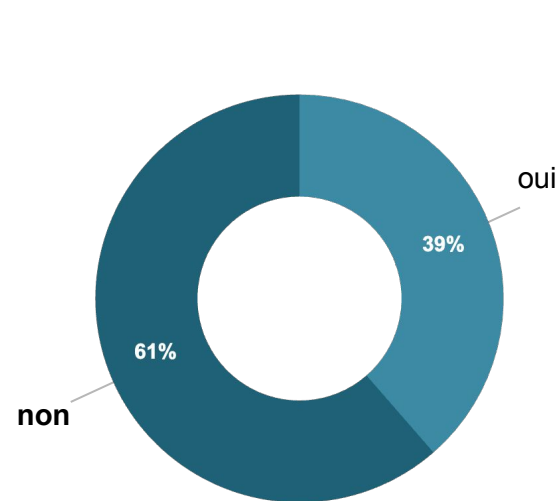
17. Avez-vous déjà utilisé des agrégateurs de communiqués de presse pour vos recherches?



🇮🇹 Italie

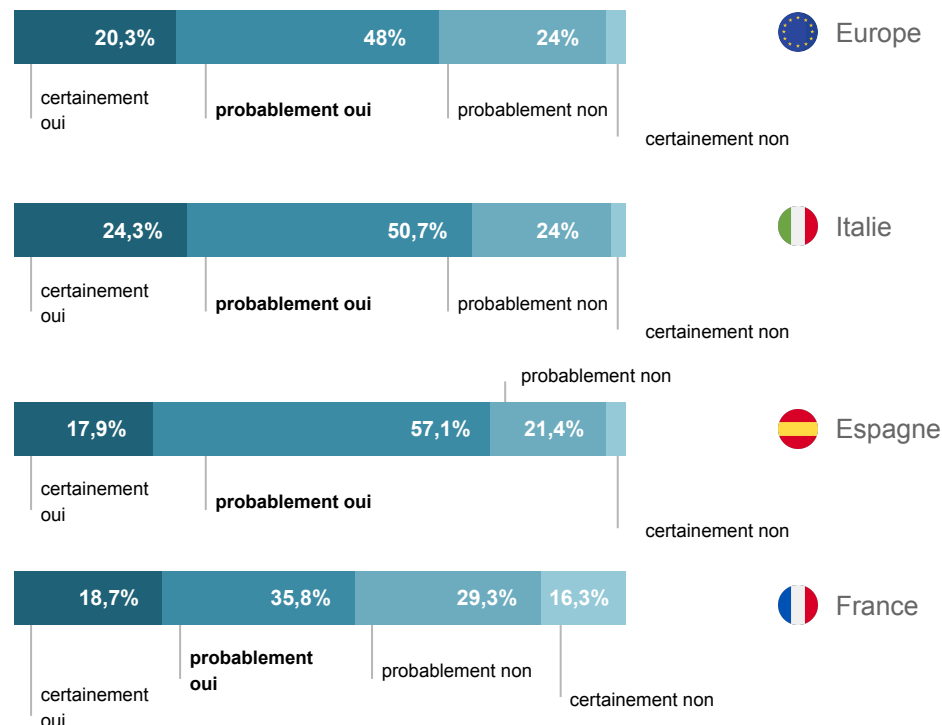


🇪🇸 Espagne

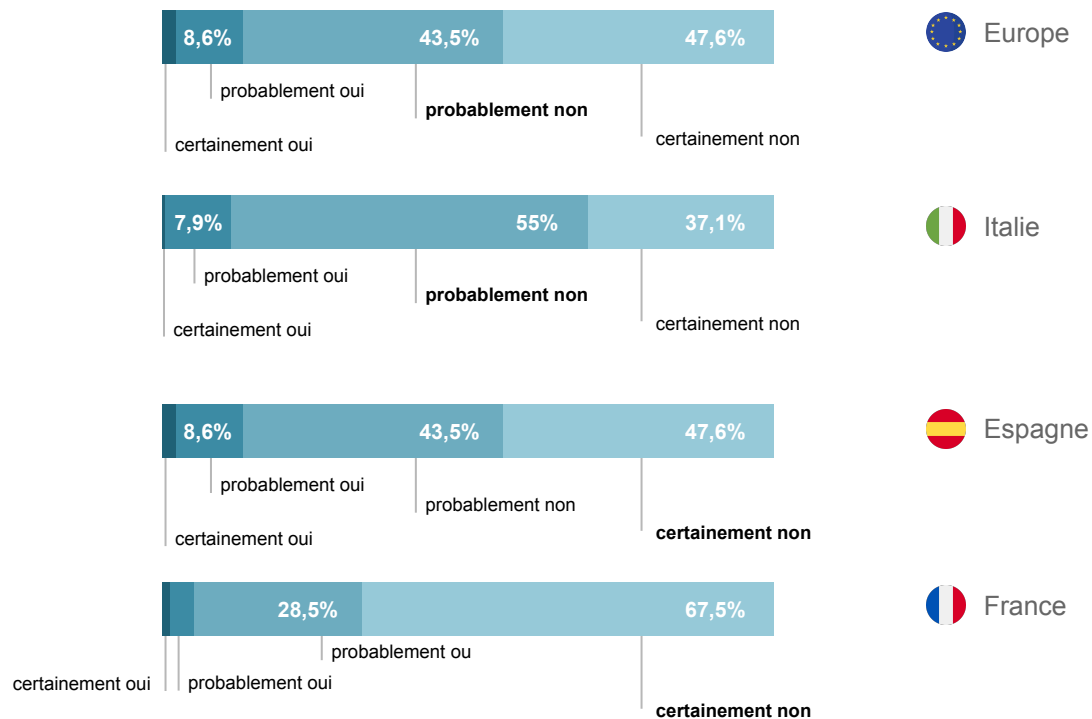


🇫🇷 France

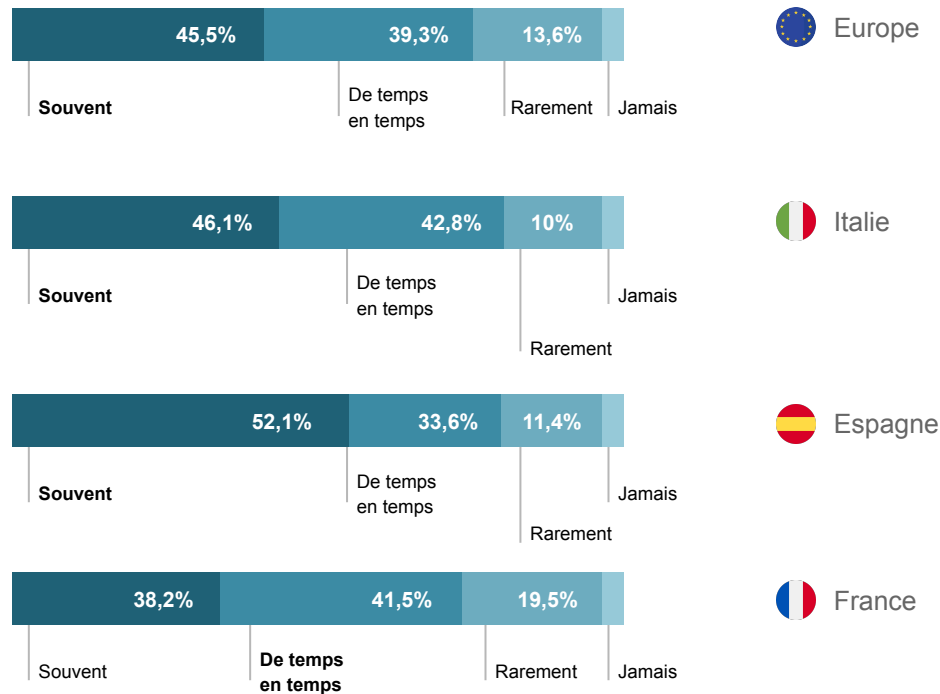
18. Pourriez-vous prendre en considération un service qui classe à votre place les communiqués de votre intérêt?



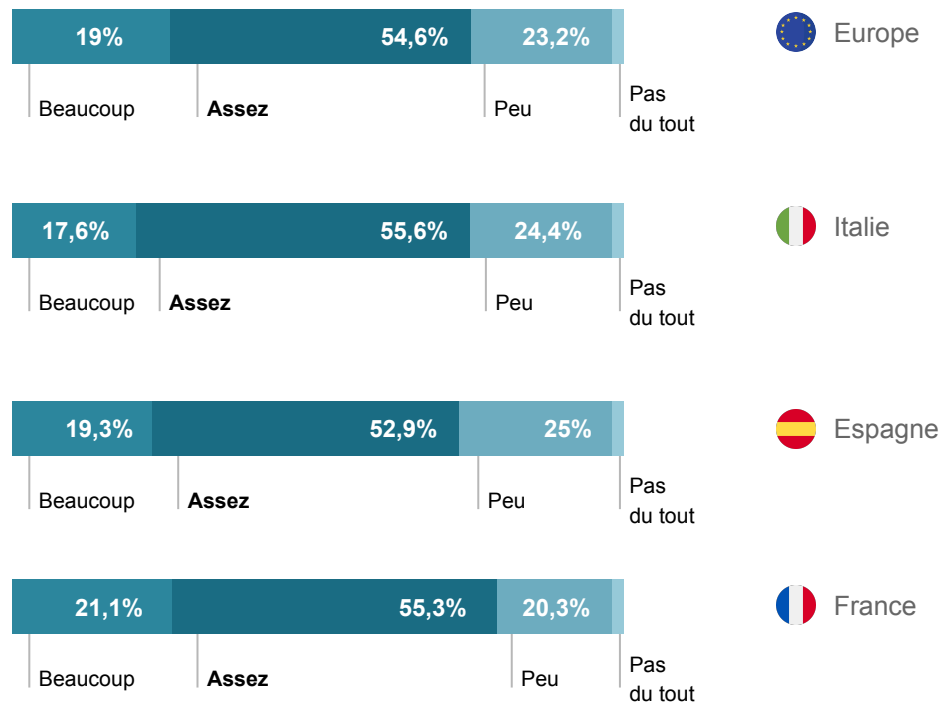
19. Serriez-vous disposés à vous y inscrire si ce service est payant?



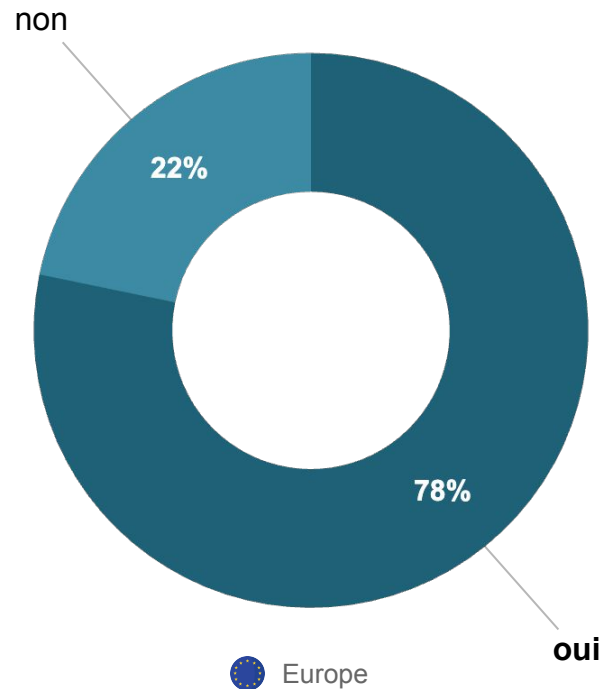
20. Il vous arrive de participer aux conférences de presse et présentations réservées à la presse?



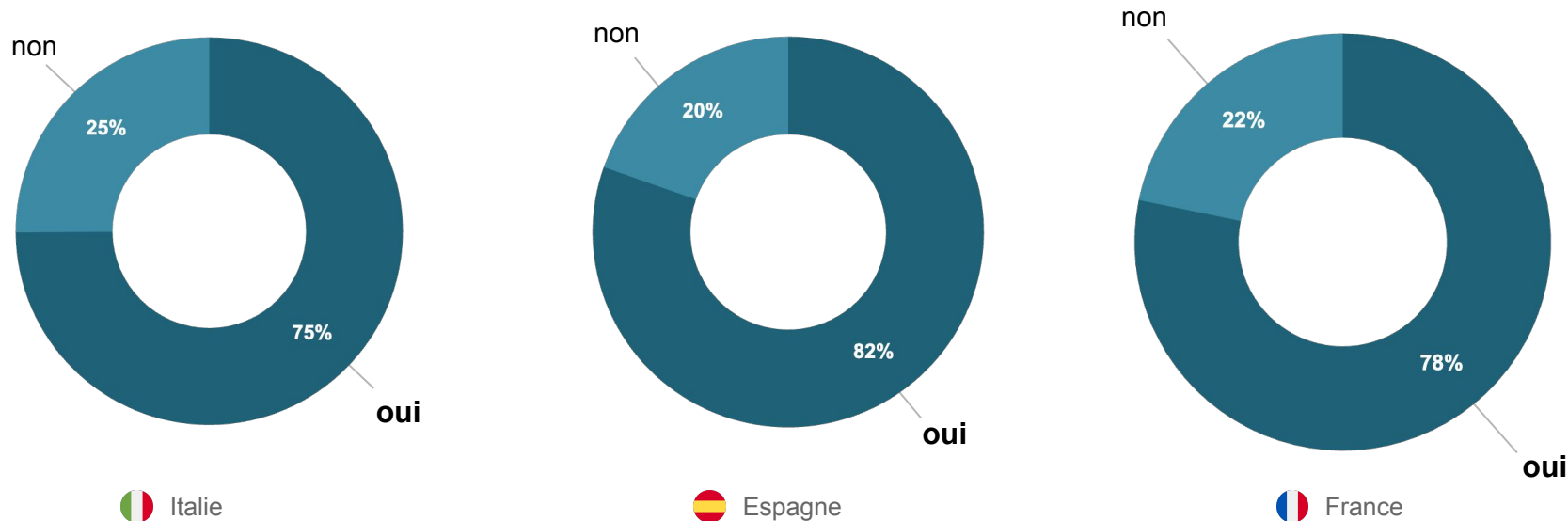
21. Globalement, trouvez-vous utile la conférence de presse?



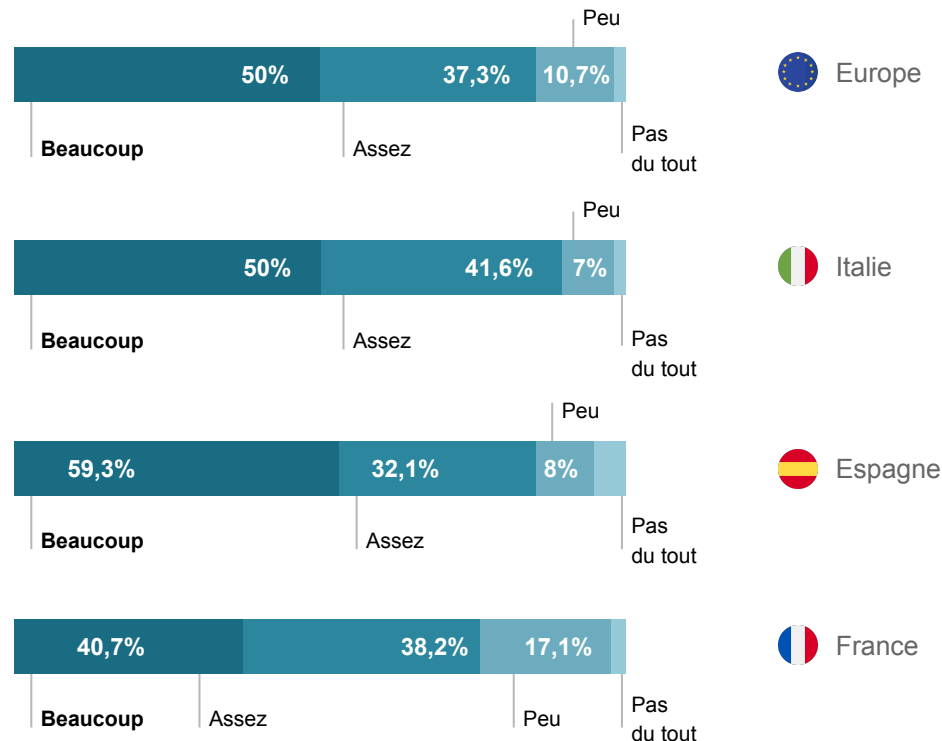
22. Trouvez-vous utile avoir le calendrier des conférences de presse / présentations?



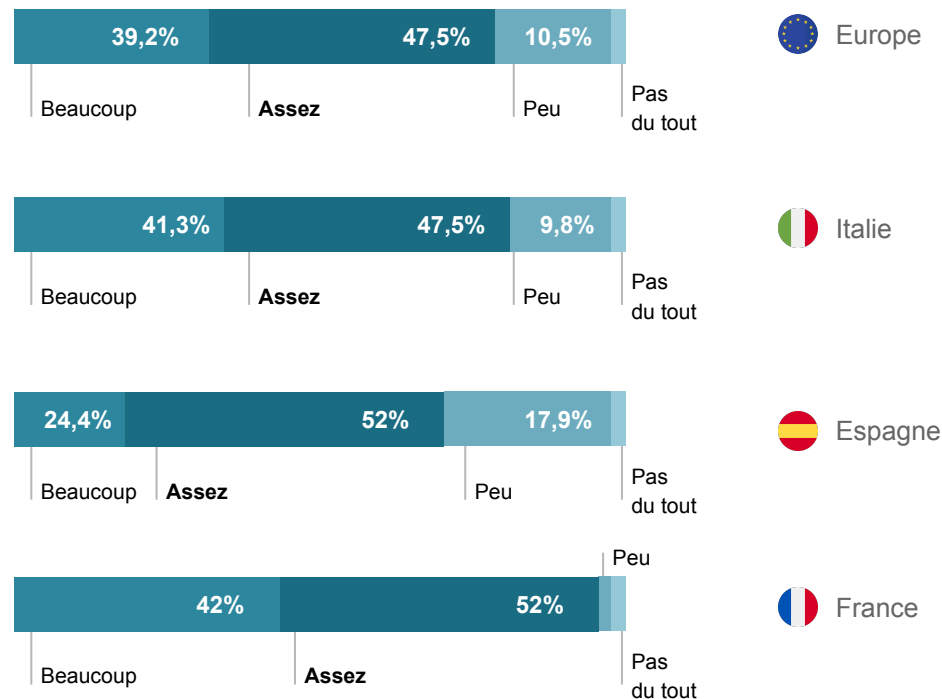
22. Trouvez-vous utile avoir le calendrier des conférences de presse / présentations?



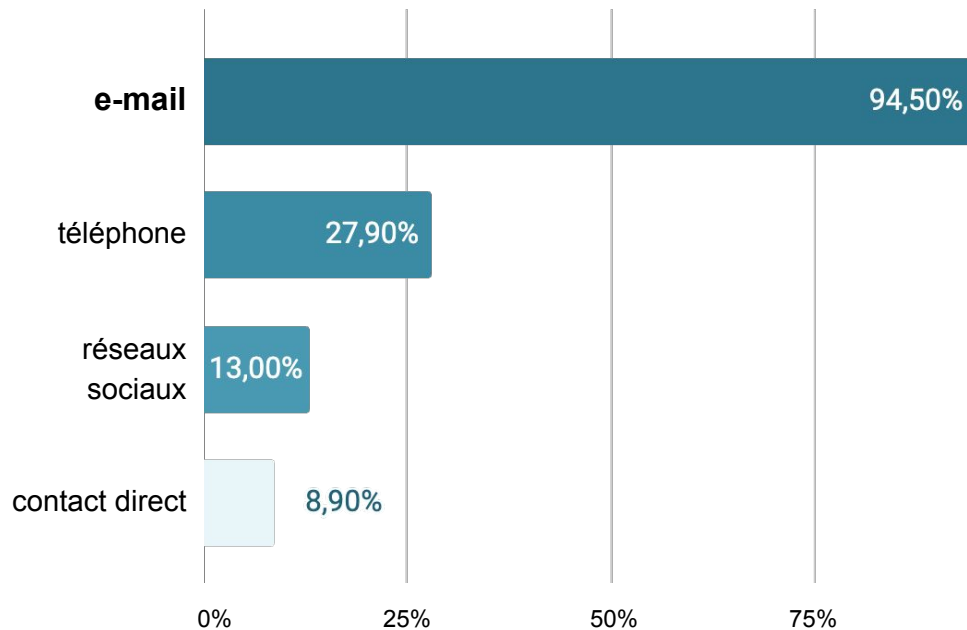
23. Comme ce serait intéressant pour vous d'avoir accès à une base de données avec tous les chefs de bureaux de presse et leurs contacts ?



24. Comme il vous serait utile de vous mettre en contact avec le service de presse d'une entreprise?

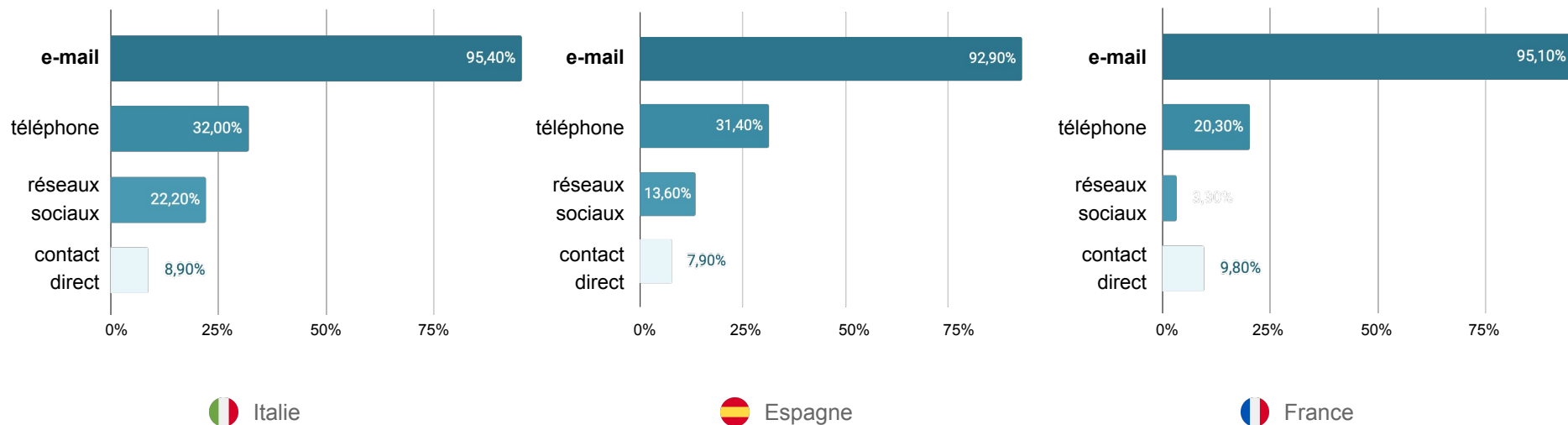


25. Par quel moyen préférez-vous être contacté par un bureau de presse?

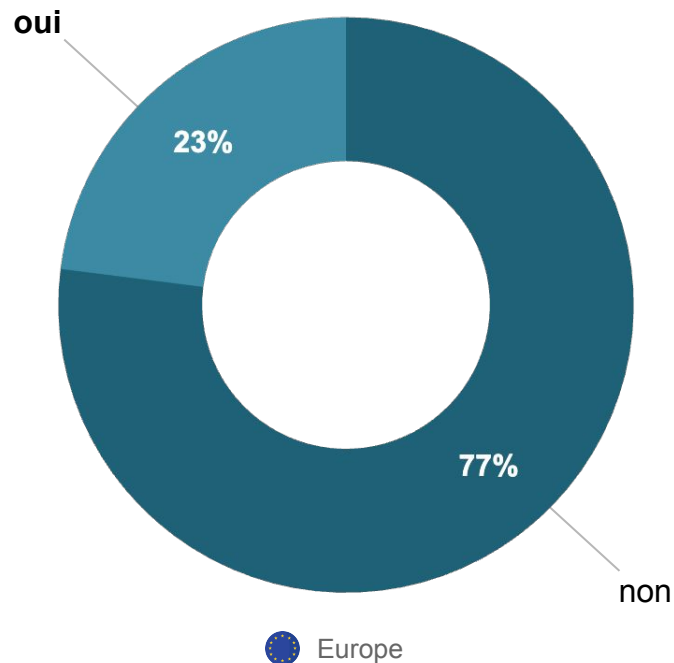


🇪🇺 Europe

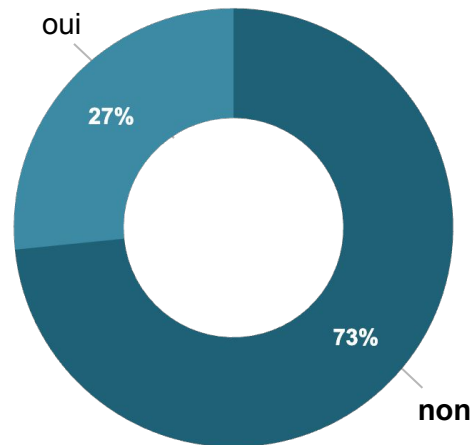
25. Par quel moyen préférez-vous être contacté par un bureau de presse?



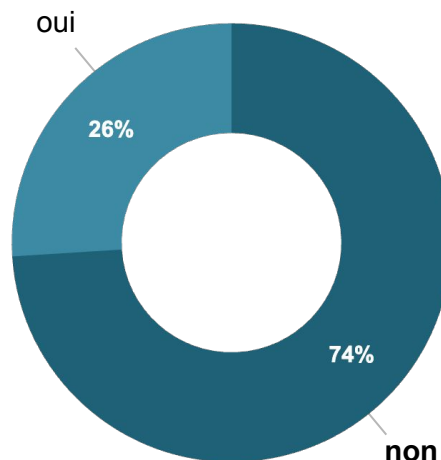
26. Les réseaux sociaux sont-ils utiles pour recevoir les communiqués des entreprises et organismes?



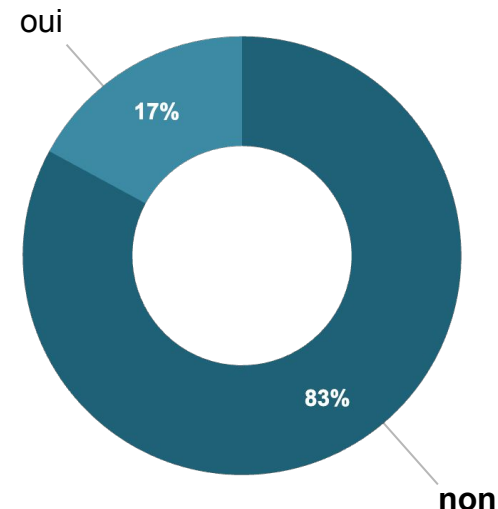
26. Les réseaux sociaux sont-ils utiles pour recevoir les communiqués des entreprises et organismes?



🇮🇹 Italie

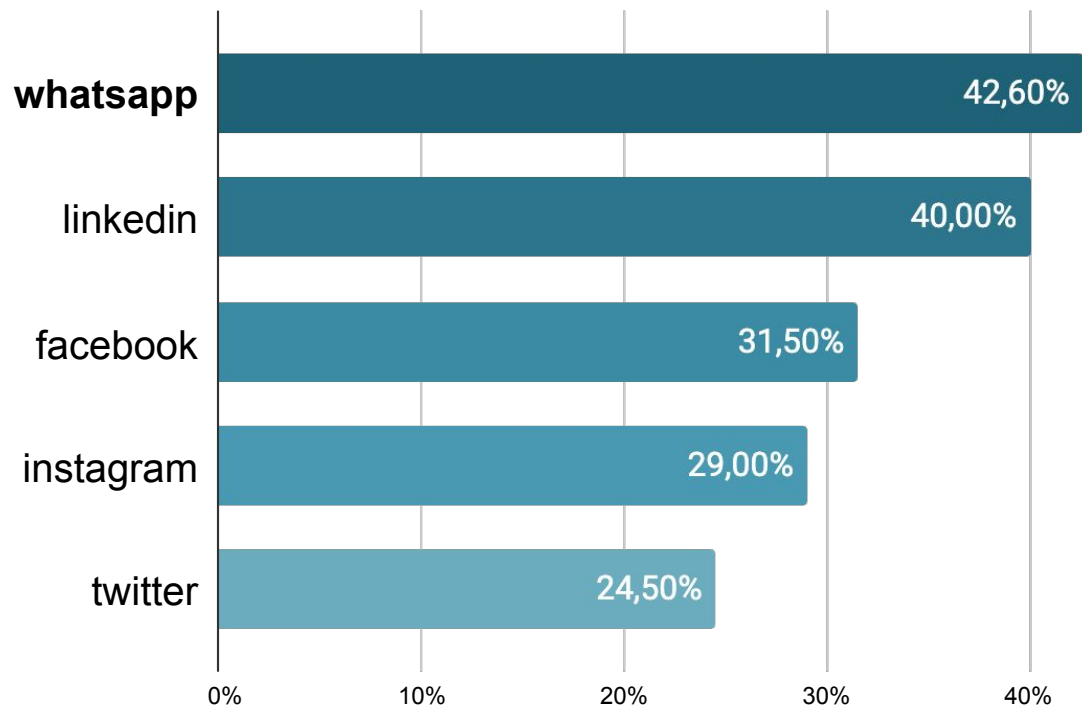


🇪🇸 Espagne

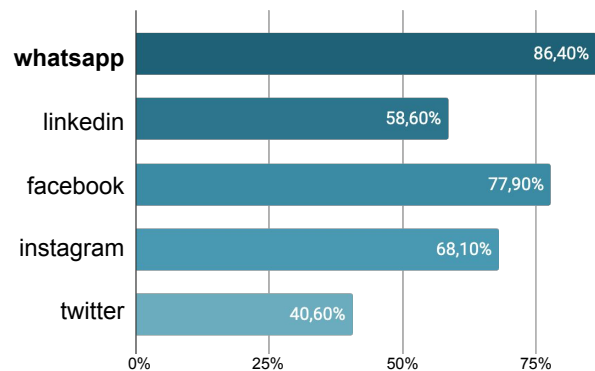


🇫🇷 France

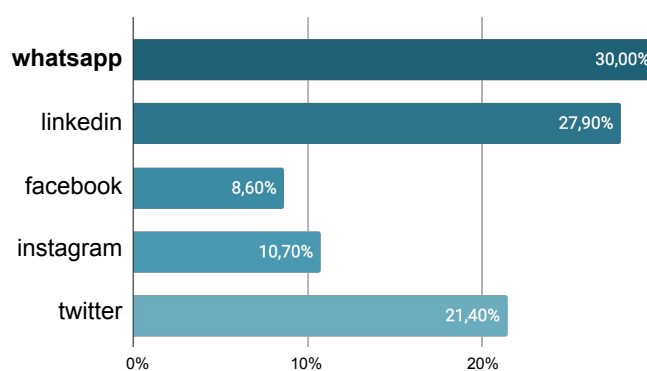
27. Quels sont les réseaux sociaux que vous consultez habituellement?



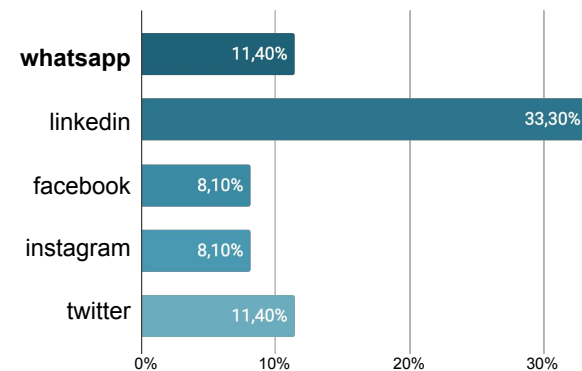
27. Quels sont les réseaux sociaux que vous consultez habituellement?



 Italie

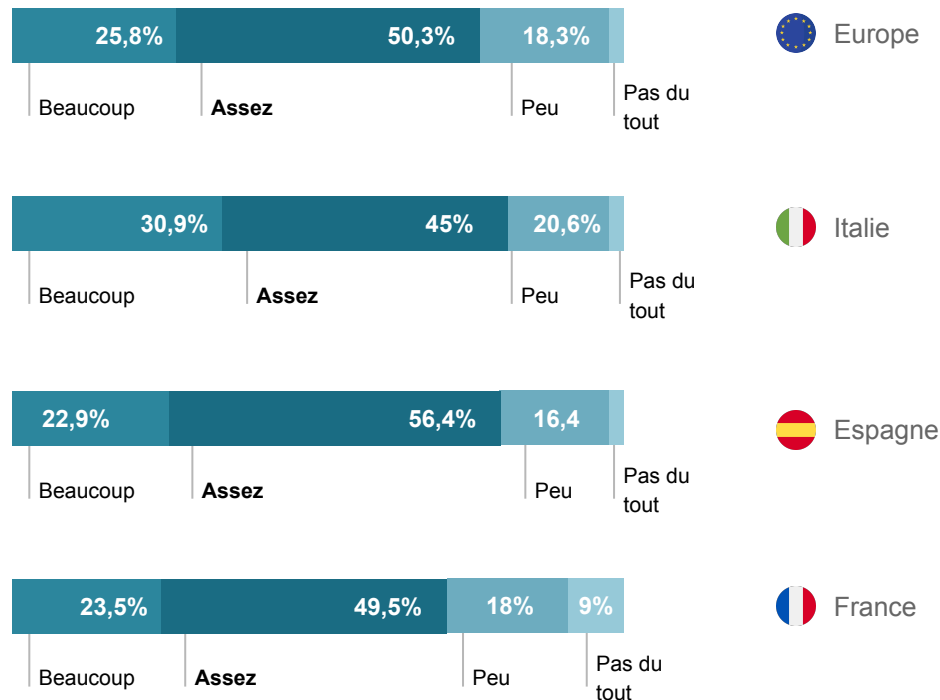


 Espagne

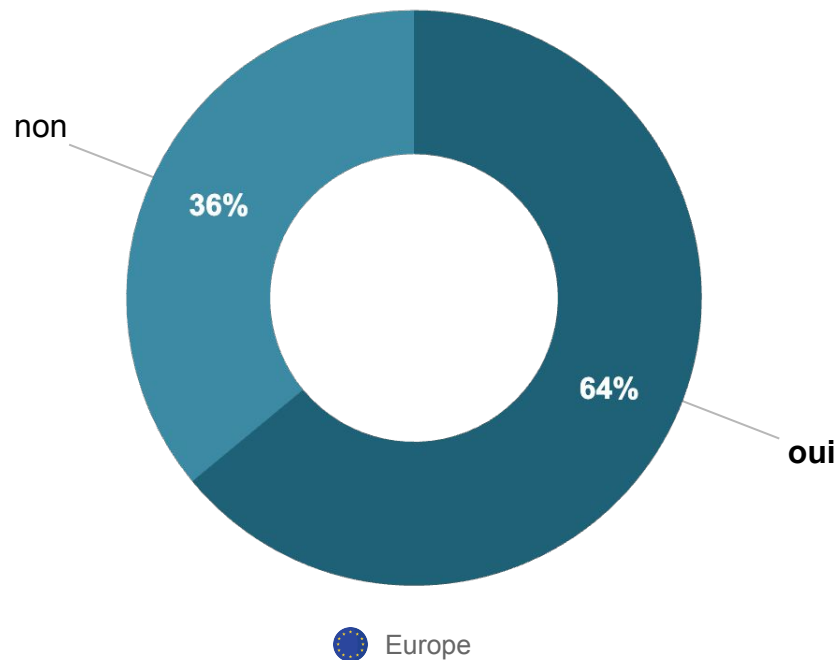


 France

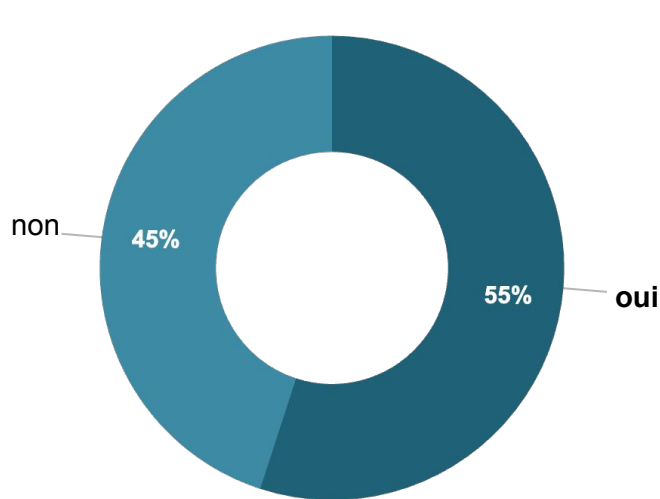
28. Serait-il intéressant de pouvoir disposer d'une plateforme où retrouver tous les dossiers de presse des entreprises/institutions?



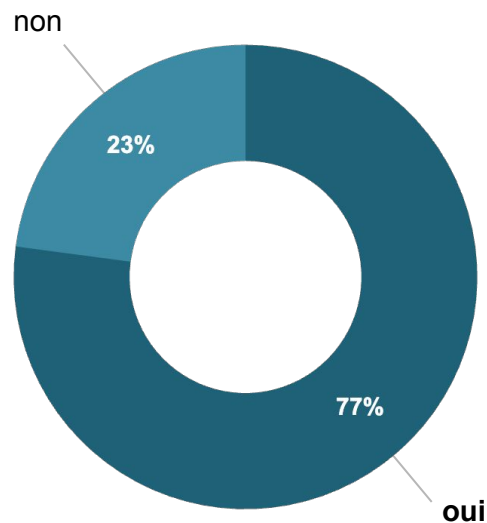
29. Êtes-vous inscrit à des newsrooms (zone réservée aux journalistes) sur des sites d'entreprises/organismes?



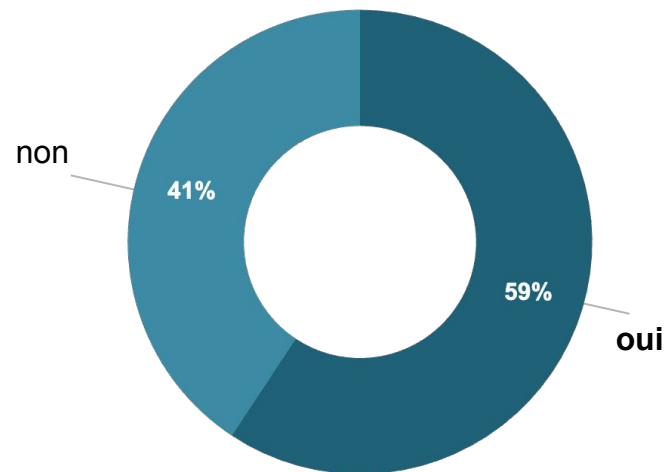
29. Êtes-vous inscrit à des newsrooms (zone réservée aux journalistes) sur des sites d'entreprises/organismes?



Italie

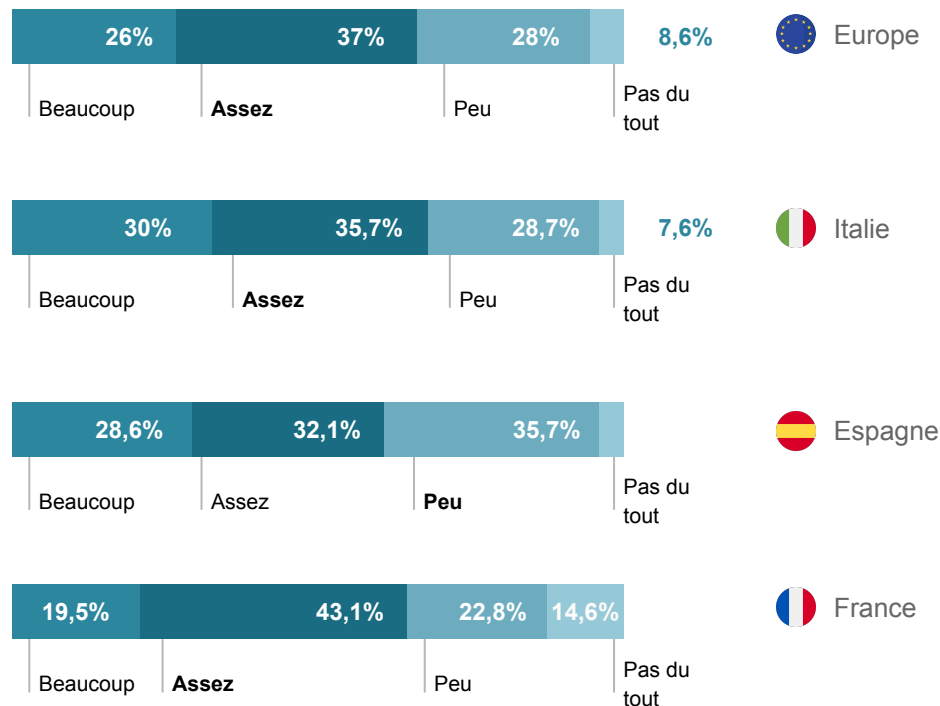


Espagne

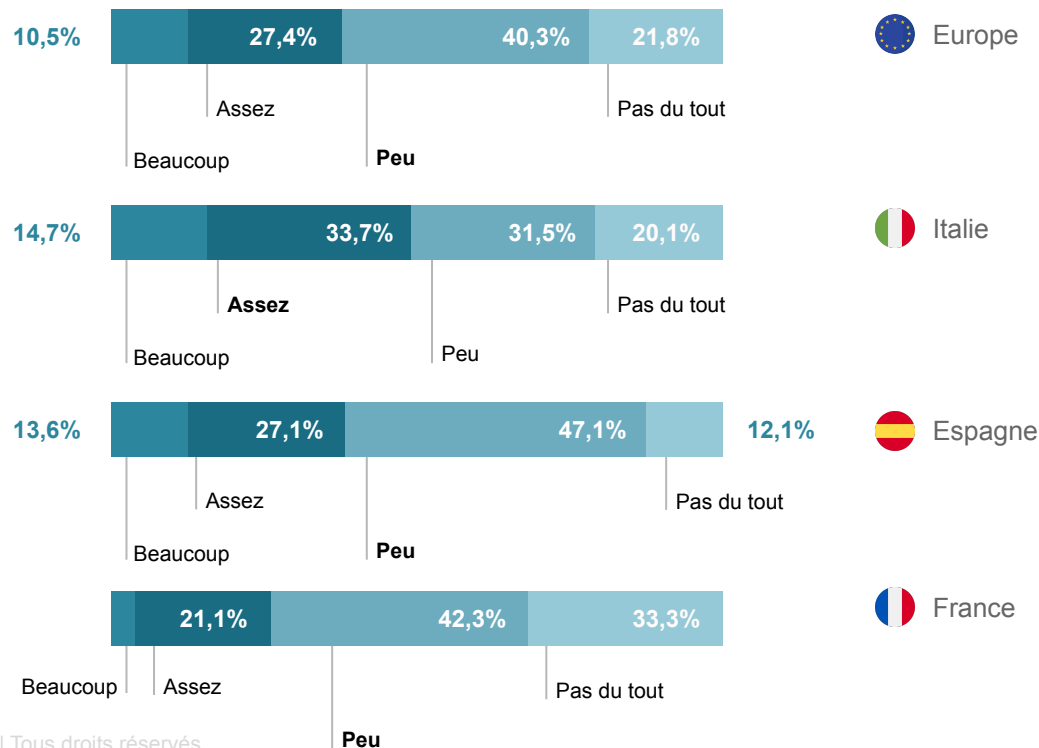


France

30. Il serait intéressant que vous ayez accès aux contacts avec d'autres journalistes dans les différentes rédactions?



31. Serait-il intéressant pour vous d'avoir une page web personnelle sur laquelle collecter et partager votre travail?



Contacts

Mediaddress

Via G. Compagnoni 30, 20129 Milano

Tel: +39 02 700 04 150

info@mediaddress.eu | www.mediaddress.com

Mediaddress

Media contact