

## Introduction

Pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, Cision, leader mondial du logiciel de RP et d'influence, avec l'aide de l'Université de Canterbury Christ Church, présente les résultats d'une étude mondiale sur l'impact des médias sociaux sur le métier de journaliste.

6 pays sont concernés par l'étude : la France, l'Allemagne, la Finlande, les Etats-Unis, le Royaume-Uni et le Canada. 1 857 journalistes ont accepté de répondre à nos questions. Comment les journalistes utilisent les réseaux sociaux ? Leurs pratiques sont-elles vraiment différentes d'un pays à l'autre ? Quelles différences et points communs entre les français et leurs homologues étrangers ? Comment perçoivent-ils les réseaux sociaux et leur impact par rapport aux journalistes des autres pays ?

Cette étude permet aux journalistes français de savoir comment ils se situent par rapport à leurs confrères. Mais elle fournit également de précieuses informations aux professionnels des RP et de la communication pour comprendre leurs attentes et savoir comment échanger avec eux notamment via les réseaux sociaux.

### Principaux résultats de l'étude en 10 points :

1. **Toujours plus de journalistes utilisent les réseaux sociaux** dans le cadre de leur travail avec une moyenne mondiale s'élevant à 96%. Malgré une hausse de 3 points par rapport à l'année dernière, les français arrivent en bas du classement.
2. **Les journalistes les plus connectés se trouvent dans les pays Outre-Atlantique**, comme les USA et le Canada. Deux heures par jour restent la norme pour tous les pays.
3. **L'objectif 1er des journalistes est de promouvoir leurs propres contenus**. Arrivent ensuite la veille puis les interactions avec leur public.
4. **Facebook est de loin le réseau social le plus utilisé par les journalistes avec 85%**. Twitter (62%) et LinkedIn (51%) complètent le podium dans presque tous les pays. Les journalistes Français sont les plus gros utilisateurs de Twitter (69%), contrairement aux Allemands, moins convaincus (47%).
5. **YouTube, Instagram, Pinterest font une percée remarquable dans le classement**. La vidéo est bien adoptée par les Français (50%). Pinterest et Instagram sont plus plébiscités par les journalistes UK et US à 44%.
6. **Seuls 38 % des journalistes pensent que les réseaux sociaux ont un impact positif sur leur métier**. Les Français sont les plus sceptiques (26%) et les Anglais les plus enthousiastes (48%). 82% d'entre eux pensent que les médias sociaux encouragent la rapidité au détriment de l'analyse.
7. **En revanche, 46 % des journalistes déclarent ne plus pouvoir se passer des réseaux sociaux** pour exercer leur métier. La France est la plus dépendante avec 55% contrairement à l'Allemagne (27%).
8. **51% des journalistes utilisent les statistiques des réseaux sociaux comme indicateur de mesure** (nombre de vues, de partages, de mentions, de likes...). Une pratique particulièrement courante au Canada (73%) et en Allemagne (62%)
9. **Le phénomène des fake news est mondial et considéré comme un grave problème** pour 52% des journalistes. Etrangement, les Américains sont moyennement préoccupés (51%), alors que les français sont les plus vigilants (72%). Les journalistes traitant de politique et d'actualité sont les plus concernés.
10. **Les médias sociaux peinent à s'imposer comme méthode de contact**. Seuls les journalistes finlandais sortent du lot avec 20% d'entre eux qui les utilisent dans cet objectif. Les Français sont en bas du classement à 10 % et bien en dessous de la moyenne tous pays confondus qui s'établit à 14 %.

## #1 – Toujours plus de journalistes utilisent les réseaux sociaux

### Un phénomène mondial

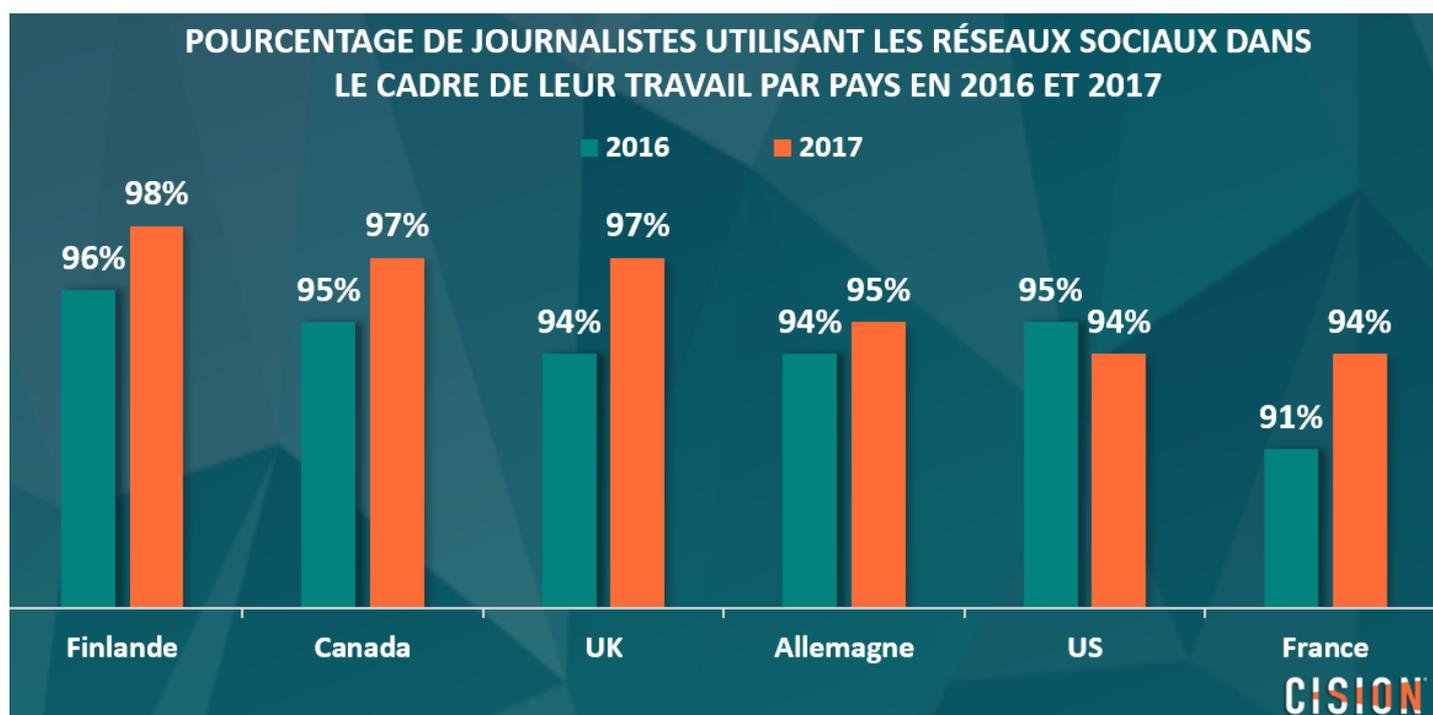
Les réseaux sociaux deviennent de plus en plus incontournables pour les journalistes que ce soit Outre-Atlantique ou en Europe.

D'après l'étude, en 2017, **96% des journalistes des pays interrogés utilisent les réseaux sociaux dans le cadre de leur travail**, c'est 2 points de plus qu'en 2016. De plus, tous les pays présentent une hausse sauf les US où l'on note une petite baisse d'un point par rapport à 2016. (Voir Tableau 1)

Tableau 1 – Utilisation des réseaux sociaux par pays

% de journalistes utilisant les réseaux sociaux	2016	2017
France	91%	94%
Canada	95%	97%
Finlande	96%	98%
UK	94%	97%
Allemagne	94%	95%
US	95%	94%
<b>Moyenne</b>	<b>94%</b>	<b>96%</b>

Schéma 1 : utilisation des réseaux sociaux par pays



Les plus fortes progressions sont pour les journalistes français (94%) et UK (97%) avec + 3 points par rapport à 2016.

Malgré cette hausse, les journalistes français arrivent à la fin du classement avec les USA et sont ceux qui utilisent le moins les réseaux sociaux dans le cadre de leur travail, avec tout de même 94%. La Finlande reste le pays où le pourcentage de journalistes à surfer sur les réseaux sociaux est le plus élevé (98%) suivi par le Canada et le Royaume Uni (97%).

### Qui sont les plus addicts ?

#### Jusqu'à 2h par jour : c'est la fourchette commune à tous les pays.

Parmi l'échantillon de journalistes ayant répondu utiliser les réseaux sociaux pour exercer leur métier, la grande majorité (68%) sont connectés jusqu'à 2 heures par jour (Voir Tableau 2). Cette utilisation maîtrisée semble être la norme pour les journalistes dans chacun des pays interrogés, ce pourcentage allant de 61% pour le Canada jusqu'à 78% pour la Finlande.

Tableau 2 – Durée quotidienne de connexion aux réseaux sociaux par pays

% des journalistes utilisant les réseaux sociaux	Jusqu'à 2h par jour	2-4 heures par jour	4-8 heures par jour	Plus de 8h par jour
France	70%	12%	10%	2%
Canada	61%	20%	10%	6%
Finlande	78%	13%	7%	0%
UK	68%	18%	9%	2%
Allemagne	70%	13%	10%	2%
US	63%	16%	11%	4%
<b>Moyenne</b>	<b>68%</b>	<b>15%</b>	<b>9%</b>	<b>3%</b>

L'étude révèle également que les journalistes les plus connectés se situent Outre-Atlantique. En effet, les plus grands consommateurs en termes d'heures investies sur les réseaux sociaux sont les Canadiens, avec 16% de leurs journalistes connectés plus de 5 heures par jour, suivi des Américains avec 15%. (Voir tableau 2)

#### Schéma 2 : durée quotidienne de connexion aux réseaux sociaux par pays

