

SOMMAIRE

Introduction : Se donner les moyens	1
Journalistes «à la pige»: entre liberté d'action et précarité	3
Négocier la flexibilité à l'entrée du marché du travail : le cas des jeunes journalistes de Belgique francophone	14
Plus précaires, moins forts, moins libres ?	25
Sources et ressources	31

Les Cahiers de SMart rassemblent des analyses critiques destinées à fournir des outils de réflexion aux artistes, aux professionnels de la création, et à toute personne concernée par le travail autonome.



Cette collection est publiée sous licence Creative Commons avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Toutes nos analyses d'éducation permanente sont accessibles sur le site www.smartbe.be, onglet "Dossiers et études"

SE DONNER LES MOYENS

La profession de journaliste conserve tout son attrait auprès des jeunes, comme le montre l'afflux, dans les écoles, des candidat(e)s aux métiers de la presse. Les conditions de vie n'y sont pas toujours roses, cependant. Et le marché de l'emploi est loin de croître en proportion de la demande. Selon des chiffres fournis par l'Association des Journalistes Professionnels, on compte aujourd'hui plus de 10 diplômés en journalisme pour un poste qui s'ouvre. La concurrence effrénée se traduit par une baisse des tarifs, voire un travail gratuit dans l'espoir de retenir l'attention d'un employeur potentiel, et un taux de chômage important.¹

Dans le secteur de la presse écrite, la concentration des titres, la diminution des tirages, l'éparpillement des sources d'information ont conduit les entreprises à réduire toujours davantage les coûts en personnel. En conséquence, les emplois précaires se sont multipliés.

Nous sommes bien placés, chez SMart, pour observer cette réalité dans toute son ampleur. Comme le note en effet Anne Dujardin, «le nombre de journalistes pigistes recourant aux services de SMart ne cesse d'augmenter depuis plusieurs années, tout comme le volume de leurs prestations.²» Il nous a donc semblé utile d'établir, ne serait-ce qu'à grands traits, le profil socio-économique de nos membres pigistes. Cette recherche, menée en interrogeant notre base de données, nous permet de cerner en même temps les stratégies que ceux-ci mettent en place pour développer leurs revenus.

L'Information ainsi recueillie devrait compléter utilement les données rassemblées par l'AJP via différentes enquêtes auprès de ses membres. A côté du phénomène des «faux indépendants», dénoncé depuis longtemps par les syndicats de journalistes, une étude comme la nôtre lève un coin du voile sur la situation de ceux qu'on pourrait appeler des «faux-intermittents», travaillant à longueur d'année pour un seul et même employeur, sans bénéficier pour autant d'un contrat de travail à durée indéterminée.

¹ PowerPoint de Martine Simonis, Secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels – AJP, lors du workshop «Pigiste pas pigeons», Bruxelles, SMart, 30 juin 2015.

² Voir plus loin page 4

Nous avons tenu à compléter cette approche centrée sur nos membres par une analyse des stratégies développées par les jeunes journalistes à l'entame de leur carrière. On verra que les réflexions qu'Olivier Standaert développe à leur propos pourraient tout aussi bien s'appliquer aux artistes³: « Dans un marché où les débutants doivent assurer eux-mêmes la continuité de leur trajectoire, les formes et les effets de la flexibilité sont autant une cause de précarité qu'un vivier d'expériences et de rencontres professionnelles au carrefour de plusieurs professions. »

La précarisation des journalistes nous conduit inmanquablement à nous interroger sur les effets qu'elle induit sur le contenu de leur travail et, en définitive, sur la liberté d'informer. De quelle marge dispose-t-on encore pour assurer une information de qualité, si l'on n'a pas le temps de la rechercher, encore moins de l'analyser? Si, par manque de stabilité professionnelle, on ne veut pas courir le moindre risque de déplaire - à l'employeur, aux annonceurs, à tous les bailleurs de fonds? Les témoignages recueillis par Adrien de Fraipont sont édifiants à ce propos, même si l'état de la presse au sein de la Fédération Wallonie-Bruxelles n'est assurément pas la pire qui soit au monde.

A contrario, les tentatives de censure à l'égard du magazine *Médor* montrent à quel point la presse peut déranger lorsqu'elle joue pleinement son rôle de vigile et de quatrième pouvoir. Encore faut-il s'en donner la possibilité. C'est ce que les collaborateurs de cette nouvelle publication trimestrielle ont fait en fondant une coopérative qui leur permet d'être copropriétaires de leurs moyens de production. Un exemple à suivre...

Carmelo Virone

Merci à Martine Simonis, secrétaire générale de l'AJP, pour son aimable collaboration, ainsi qu'à tous les journalistes qui ont accepté de nous consacrer un peu de leur temps.

³ Voir à ce propos: Collectif (dir. Bureau d'Etudes de SMart), *Se lancer dans un parcours artistique*, Coéd. SMART-Impressions nouvelles, Bruxelles, 2014)

JOURNALISTES « À LA PIGE » : ENTRE LIBERTÉ D'ACTION ET PRÉCARITÉ

Etre pigiste correspond à une réalité de travail dans laquelle le journaliste est rémunéré à l'article, à la page, à la journée, au forfait, etc. Les journalistes pigistes ne font pas partie des salariés permanents d'un groupe de presse ou d'un média. Ils sont engagés au coup par coup et trouvent des opportunités de travail via leurs réseaux. Leurs caractéristiques principales résident dans la discontinuité de leur travail et dans l'irrégularité de leurs revenus. Certains ont endossé le statut d'indépendant ; d'autres sont des travailleurs autonomes qui recourent à des structures comme SMart pour déclarer leurs prestations et développer leur activité professionnelle.

A ce titre, SMart dispose d'une banque de données sur les journalistes qui travaillent « à la pige » via ses outils. Qui sont-ils ? Combien gagnent-ils ? Où travaillent-ils ? Voici quelques questions auxquelles cet article tente de répondre.

Notons toutefois la limite des chiffres issus de la base de données de SMart : il s'agit uniquement d'informations sur le travail déclaré via les outils de SMart. On ignore donc quelles sont les autres activités et sources complémentaires de revenus des journalistes membres de SMart. Cela étant, nous confrontons à plusieurs reprises dans cet article nos chiffres avec des données en provenance de l'Association des Journalistes Professionnels (AJP)⁵.

Le monde du travail a profondément changé. La flexibilité de l'emploi, la discontinuité des trajectoires et l'incertitude qui en découle semblent y être devenues la règle. Le métier de journaliste n'échappe pas à cette tendance¹. L'entrée sur le marché du travail est toujours plus difficile et les pigistes sans cesse plus nombreux.

⁴ En témoigne la journée d'étude sur le thème de « la (dis)continuité des carrières journalistiques : enjeux individuels et collectifs » organisée par l'École de Journalisme de l'UCL et par l'IHECS le 29 avril 2015 à Bruxelles. SMart y est intervenu pour témoigner de son rôle d'intermédiaire émergent dans la gestion (dis)continue des effectifs journalistiques.

⁵ Les données de l'AJP présentées dans cet article proviennent essentiellement d'une intervention de Martine Simonis (secrétaire générale de l'AJP) lors d'une journée de réflexion organisée par SMart en ses locaux à Bruxelles le 30 juin 2015. Pour en savoir plus, voir aussi le site de l'AJP : www.ajp.be

UN NOMBRE CROISSANT DE JOURNALISTES PIGISTES

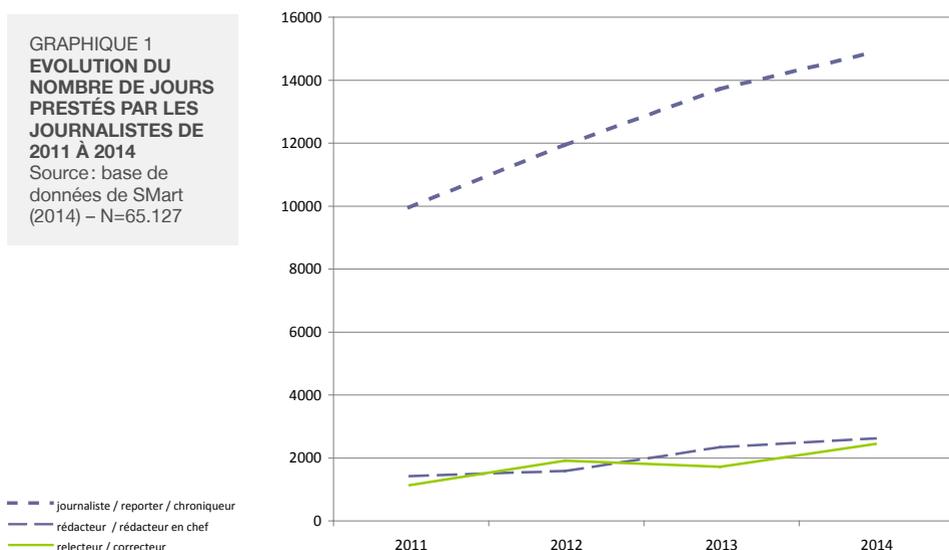
En 2014, on comptait 533 journalistes ayant effectué au moins une prestation via les outils de SMart (c'est-à-dire 3% des membres actifs dans l'année)⁶. Par journaliste, on entend ici les métiers de «journaliste/reporter/chroniqueur», de «rédacteur/rédacteur en chef» et de «relecteur/ correcteur».

Au total, les journalistes membres ont presté près de 20.000 jours au cours de l'année 2014, soit un total de 90 équivalents temps plein. Ils ont travaillé pour plus de 300 clients et ont émis pour 3,6 millions d'euros de factures via SMart.

Le nombre de journalistes pigistes recourant aux services de SMart ne cesse d'augmenter depuis plusieurs années, tout comme le volume de leurs prestations (graphique 1). De manière globale, le nombre de jours prestés a augmenté de 60% entre 2011 et 2014. Les formes d'emploi flexibles, comme le travail «à la pige», paraissent donc se répandre dans le milieu journalistique. La moitié des journalistes membres travaille de manière régulière via les outils de SMart, c'est-à-dire que ces journalistes effectuent au moins un contrat par mois, voire un contrat par semaine au cours de l'année. Les autres déclarent des prestations de manière ponctuelle et ne semblent pas mener une activité de journaliste à titre principal (ou

GRAPHIQUE 1
EVOLUTION DU
NOMBRE DE JOURS
PRESTÉS PAR LES
JOURNALISTES DE
2011 À 2014

Source : base de données de SMart (2014) – N=65.127



⁶ A titre comparatif, l'AJP dénombre parmi ses membres, du côté francophone du pays, 1.770 journalistes salariés et 578 indépendants. Pour faire partie de cette union professionnelle, il faut respecter les critères suivants: participer à titre de profession principale et moyennant rémunération, conformément aux barèmes en vigueur, en tant que salarié(e)/indépendant(e) à la rédaction d'un média... A noter que tous les journalistes en Belgique ne sont pas affiliés à l'AJP.

alors passent par d'autres structures que SMart). Ce chiffre peut être mis en lien avec les difficultés d'entrée sur le marché du travail journalistique. L'insertion dans le métier de journaliste tend à être sans cesse plus longue et plus sinueuse, comme l'explique Olivier Standaert⁷.

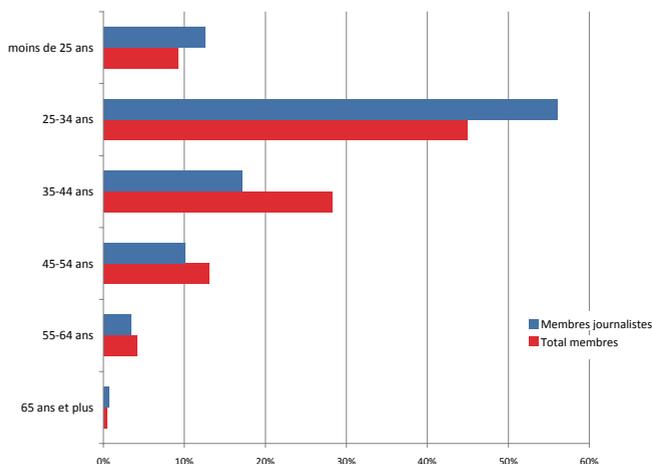
Selon l'AJP, on observe une forte concurrence et un taux de chômage élevé chez les jeunes journalistes, sachant qu'il y aurait plus de 10 diplômés en journalisme pour un emploi. De plus en plus de journalistes sont ainsi contraints à trouver du travail en dehors ou à la marge de leur secteur pour poursuivre leur activité de journaliste, comme on le verra plus loin.

LE PIGISTE-TYPE? UNE FEMME, DE MOINS DE 35 ANS, VIVANT À BRUXELLES OU DANS LES ENVIRONS

D'après nos chiffres, près de 7 journalistes sur 10 ayant recours à SMart ont moins de 35 ans (graphique 2). La population des pigistes est donc relativement jeune (plus encore que l'ensemble des membres de SMart). Or, les jeunes seraient les plus exposés aux risques de discontinuité du travail, étant les derniers arrivés sur le marché du travail au sein duquel les formes d'emploi flexibles tendent à se généraliser⁸. Le besoin d'outils adaptés aux trajectoires non linéaires, tels que ceux proposés par des structures comme SMart, semble donc prégnant à l'entrée dans la profession.

GRAPHIQUE 2 RÉPARTITION DES JOURNALISTES MEMBRES ET DU TOTAL DES MEMBRES DE SMART SELON L'ÂGE

Source : base de données de SMart (2014) – N=533 (journalistes membres) et 16.919 (total des membres)



⁷ Voir p.14, STANDAERT, Olivier, «Négocier la flexibilité à l'entrée du marché du travail: le cas des jeunes journalistes de Belgique francophone».

⁸ CASTEL, Robert, *La montée des incertitudes: travail, protections, statut de l'individu*, Paris, Seuil, 2009.

Contrairement à l'ensemble des membres de SMart, on observe une large majorité de femmes parmi les journalistes membres (61%). On peut y voir soit une féminisation du métier, soit un signe que davantage de femmes auraient tendance à se retrouver dans des situations de travail flexibles.

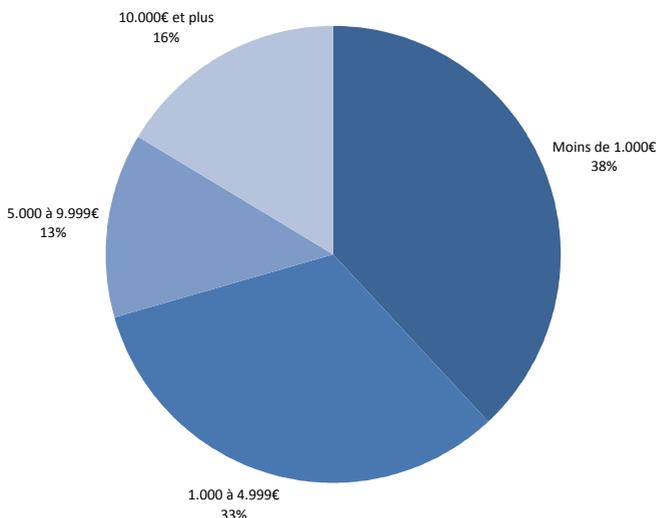
Près de la moitié des journalistes membres vivent à Bruxelles-Capitale où se concentrent la plupart des grands groupes médias. Ce pourcentage monte à près de deux-tiers si on inclut les provinces du Brabant flamand et du Brabant wallon. On note en revanche une sous-représentation des journalistes résidant en Flandre (10% contre 17% chez l'ensemble des membres de SMart). Des études précédentes⁹ ont déjà mis en lumière le fait que les travailleurs créatifs du côté flamand semblent davantage se tourner vers le statut d'indépendant pour développer leurs activités.

UNE DIVERSIFICATION NÉCESSAIRE DES SOURCES DE REVENUS

D'emblée, on ne peut être que frappé par la faiblesse des rémunérations au vu du graphique 3. Il semble peu réaliste d'envisager que la plupart des pigistes membres de SMart vivent des seuls revenus issus de leur travail journalistique. En tout cas, en ce qui concerne la partie visible de l'iceberg, c'est-à-dire celle qui est déclarée via nos outils. En effet, seuls 16% touchent 10.000€ bruts et plus sur une année en tant que journaliste, ce qui correspond grosso modo à un montant d'au moins 830€ bruts par mois, soit un montant inférieur au revenu minimum mensuel moyen garanti qui s'élève à 1.500€ bruts en Belgique pour des travailleurs de 18 ans et plus occupés à temps plein¹⁰.

⁹ Voir notamment l'étude sur *la photographie en Belgique* coordonnée par SMart: ANDRIES, Pool, D'AUTREPPE, Emmanuel et SMART, La photographie en Belgique. *Mises au point sur un secteur*, Bruxelles, SMart, 2013. Pour le secteur de la BD et de l'illustration, une enquête réalisée par Smart en 2010 a montré que 72% des créateurs flamands consultés avaient un statut d'indépendant à titre principal ou complémentaire; contre 29 % des francophones. Cf. Lefèvre, P., Di SALVIA, M. et Bureau d'Etudes de Smart, *Bande dessinée et illustration en Belgique. Etat des lieux et situation socioéconomique du secteur*; Bruxelles, Ed. Smart; 2010, p. 85 et suiv.

¹⁰ «Le salaire minimum, officiellement le «revenu minimum mensuel moyen garanti» (RMMMG), est le montant minimum que l'employeur du secteur privé doit garantir, depuis 1975, pour un mois moyen, à un travailleur à temps plein qui a 18 ans ou plus. Payer moins que le salaire minimum est interdit. En Belgique, le salaire minimum national n'est pas fixé par la loi. Depuis 1975, il est déterminé pendant les négociations entre partenaires sociaux. Il vaut pour tous les employeurs et tous les travailleurs du secteur privé. Toutefois, syndicats et patronat peuvent, par branche d'activités, convenir de salaires minimaux plus élevés.» Source: http://www.luttepauvrete.be/chiffres_minimum.htm



GRAPHIQUE 3
RÉPARTITION DES
JOURNALISTES
MEMBRES PAR
CATÉGORIE DE
RÉMUNÉRATIONS
(VIA SMART)

Source : base de données de SMart (2014) – N=395 ; hors membres inscrits en 2014

De nombreux journalistes ont manifestement d'autres sources de revenus pour assurer leur subsistance (comme on le verra plus loin) : il peut s'agir de revenus issus d'autres contrats (des contrats de longue durée ou de courte durée via d'autres structures que SMart), de revenus issus d'activités non déclarées, de concessions de droits d'auteur, d'allocations de chômage (pour les jours sans prestations rémunérées) ou encore de la solidarité familiale.

La rémunération sous forme de droits d'auteur est l'une des manières pour les journalistes de compléter les revenus issus de leur travail à la pige, en se faisant payer à la fois en salaire et en droits d'auteur. La facturation de droits d'auteur et droits voisins peut se faire via l'outil de gestion d'activités de SMart¹¹. En 2013, une

trentaine de journalistes membres a utilisé cet outil pour percevoir des concessions de droits d'auteur et droits voisins pour un montant annuel moyen avoisinant 3.600€. Il s'agit donc d'une source complémentaire de revenus non négligeable pour les pigistes. L'AJP recommande une proportion de 70% en salaires et 30% en droits d'auteur dans la rémunération du travail des journalistes. L'association déconseille fortement aux journalistes de se faire payer exclusivement en droits d'auteur. Ce faisant, le travailleur ne bénéficie d'aucune protection sociale et risque par ailleurs une requalification par le fisc de ses revenus de droits d'auteur en revenus de prestations, le tout s'accompagnant d'une amende salée... La cession gratuite des droits d'auteur, que semblent imposer certains médias, est une pratique tout aussi inacceptable dénoncée par l'AJP.

¹¹ L'outil de gestion d'activités de SMart permet aux membres de gérer de manière autonome leurs propres activités dans un cadre sécurisé, sans devoir créer leur propre structure ou adopter le statut d'indépendant. Cet outil répond notamment aux besoins des membres qui souhaitent avoir une plus grande autonomie de gestion du projet, travailler avec un collectif, facturer des ventes de créations d'œuvres et/ou de cours, facturer des droits d'auteur et droits voisins, rentrer des subsides et/ou rentrer des frais réels.

DES REVENUS RELATIVEMENT FAIBLES

Le taux de précompte professionnel¹² peut, dans une certaine mesure, donner une indication du *revenu mensuel* global des membres (c'est-à-dire l'ensemble des revenus du travail, qu'ils soient déclarés via SMart ou par un autre biais). D'après nos chiffres, 60% des journalistes membres ont soumis leurs prestations au taux de précompte de 18% (correspondant au taux minimum pour un contrat de travail intérimaire)¹³. Cela correspondrait à un revenu mensuel moyen estimé entre 1.000€ et 1.200€ nets, tous revenus confondus. Seuls

4% des journalistes membres de SMart ont un taux de précompte de 35% ou plus. On suppose alors que leur revenu global serait supérieur à 2.000€ nets par mois.

L'AJP observe également des revenus mensuels relativement faibles: plus de la moitié de leurs membres toucherait moins de 1.500€ nets par mois. L'association explique la faiblesse des revenus par le fait que les tarifs dans le journalisme sont gelés depuis des années (parfois plus de 20 ans), en particulier dans la presse écrite quotidienne. Dans certains cas, le prix des pages aurait même diminué (voir le tableau ci-dessous)¹⁴.

TABLEAU 1
TARIFS PRATIQUÉS
DANS LA
PRESSE ÉCRITE
EN BELGIQUE
FRANCOPHONE
Source: Association
des Journalistes
Professionnels

	1993	2006	2011
Brève LLB	8,7€ (=17)	5€	1 à 15€
Brève DH	1,23€ (=2,50€)	4 à 6,20€	4 à 6,20€
Le signe LLB, Le Soir, Vers l'Avenir	0,024€ (=0,050€)	0,025€	0,025€
Le km LLB	0,17€ (=0,34€)	0,25€	0,25€
Le signe Sud presse		0,025€	0,010/0,012€

	2006	2011	
La page Vers l'Avenir	75€	35 à 65€	
La photo Vers l'Avenir	2 à 24,74€	5 à 15€	
Le reportage La Capitale	-	10€	
La photo Le Soir	35€	35/50/100€	

Notes: Il s'agit de tarifs bruts ; LLB=La Libre Belgique ; DH= La Dernière Heure

¹² Le précompte professionnel est un prélèvement effectué directement sur la rémunération et permettant d'anticiper l'Impôt des Personnes Physiques (IPP).

¹³ On peut néanmoins nuancer ce résultat en tenant compte du fait que certains membres peuvent avoir choisi ce taux par défaut, par méconnaissance de leur situation financière.

¹⁴ Pour plus d'informations sur les tarifs pratiqués en 2011-2013 dans la presse écrite quotidienne, la presse périodique, la presse audiovisuelle et la presse électronique, voir la campagne «Pigiste, pas pigeon !» menée par l'AJP: <http://www.pigistepaspigeon.be/tarifs/>

Par ailleurs, l'AJP a tenté de faire signer aux éditeurs de journaux des barèmes minimums agréés (indexés en 2015) pour les journalistes indépendants (articles et photos), qui ne sont toutefois pas forcément appliqués :

- 0,018€ le signe = 1,10€ la ligne de 60 signes (espaces compris)
- photo noir et blanc : de 25,47 à 29,68€ selon le tirage du journal dans lequel la photo est publiée

Il existe aussi des barèmes minimums recommandés par l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB), qui a affiné le barème conventionnel pour la presse écrite. Ces tarifs vont de 1,23€ à 3,07€ la ligne selon le type d'article et le tirage du média. Cependant, ce sont des tarifs de référence à titre de recommandation et rien n'impose de les respecter.

Une étude réalisée par l'Université de Gand et l'Université libre de Bruxelles en 2013 fait état de revenus moyens plus élevés pour les journalistes (2.167€ nets par mois)¹⁵. Les auteurs expliquent toutefois qu'il existerait de fortes disparités entre les rémunérations des journalistes salariés de façon permanente au sein d'une rédaction et celles des journalistes indépendants (environ 2.266€ par mois contre 1.771€). Par ailleurs, une autre explication vient du fait que les auteurs ont exclu de leur analyse les revenus des journalistes déclarant

exercer leur activité à titre complémentaire ainsi que les revenus de ceux qui étaient au chômage au moment de l'enquête et des retraités actifs.

DE LA DÉPENDANCE ÉCONOMIQUE AU NOYAU DUR DE CLIENTS

Malgré les difficultés économiques et financières auxquelles ils semblent confrontés, les journalistes pigistes conservent néanmoins une liberté d'action dans l'exercice de leur métier. Ils ne sont liés exclusivement à aucun employeur et sont libres de travailler pour le compte de différents médias (à moins d'avoir signé une clause d'exclusivité avec l'un d'entre eux).

Au total, les journalistes membres ont travaillé pour près de 700 clients différents en 2013. Cela étant, la moitié d'entre eux (51%) paraît dépendre d'un unique client (voir graphique 4). Cette situation peut s'avérer relativement risquée, en tout cas quand il s'agit d'une activité exercée à titre principal. Elle rend les journalistes dépendant économiquement du seul média qui leur fournit du travail, sans toutefois être dans un lien de subordination (au sens juridique du terme) avec celui-ci. Ces journalistes ne bénéficient alors d'aucune protection au cas où la collaboration prendrait fin (autrement dit, pas de préavis ni d'indemnités de rupture).

¹⁵ RAEYMAECKERS, Karin, HEINDERYCKX, François, DE VUYST, Sara, LIBERT, Manon, DE MAEYER, Juliette, DE DOBBELAER, Rebeca, LE CAM, Florence, DEPREZ, Annelore et DE KEYSER, Jeroen, *Le journaliste belge en 2013: un autoportrait*, Gand, Academia Press, 2013.

Parmi les journalistes membres ayant un client unique, on constate que 14% d'entre eux ont touché plus de 10.000€ bruts en 2013 grâce à ce seul client (via les services de SMart). Il existe donc des risques qu'il s'agisse en réalité de « faux intermittents » qui devraient bénéficier, de la part de leur « client », d'un contrat de travail à durée indéterminée.

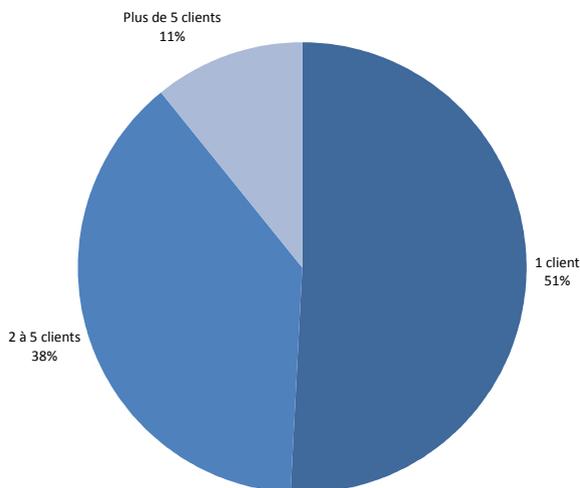
Par ailleurs, 38% des membres journalistes semblent être en relation avec un noyau dur de clients (entre 2 à 5) avec

lesquels on peut supposer qu'ils travaillent régulièrement¹⁶. Une partie de ces travailleurs serait donc parvenue à recréer une forme de stabilité dans leur travail malgré la discontinuité de leur activité, en travaillant de manière récurrente avec les quelques mêmes clients.

Seuls 11% des journalistes paraissent être dans une situation de « multi-emploi » (via SMart)¹⁷, c'est-à-dire qu'ils ont effectué des prestations pour plus de 5 clients au cours de l'année.

**GRAPHIQUE 4
RÉPARTITION DES
JOURNALISTES
MEMBRES SELON
LE NOMBRE
ANNUEL DE
CLIENTS (VIA
SMART)**

Source : base de données de SMart (2013) – N=384



¹⁶ Nous empruntons cette notion à PILMIS, Olivier, « Des 'employeurs multiples' au 'noyau dur' d'employeurs: relations d'emploi et concurrence sur le marché des comédiens intermittents », *Sociologie du Travail*, vol. 49, 2007, pp. 297-315.

¹⁷ Pour rappel, on ignore quelles sont les autres activités des journalistes membres de SMart, en dehors du travail déclaré via nos services. On peut donc supposer que d'autres journalistes membres, ayant travaillé avec un nombre limité de clients via SMart, ont par ailleurs un autre employeur ou d'autres sources de revenus.

OÙ TRAVAILLENT LES PIGISTES ?

Si l'on s'intéresse aux 10 plus gros clients des journalistes membres, on y retrouve essentiellement des groupes de presse (quotidienne ou périodique), ainsi qu'une chaîne de télévision, une entreprise fournissant du contenu sur mesure (à des fins de marketing) et une agence de communication.

Cela étant, environ un quart des journalistes membres a également exercé (via SMart), en 2014, des fonctions à la marge ou hors du champ du journalisme pour compléter ses revenus.

On peut épinglez des activités de traduction, de réalisation de film/tv/radio ou d'enseignement et de formation, comme l'illustre le tableau 2.

10 autres fonctions les plus fréquentes	# jours prestés (2014)	# journalistes membres
traducteur	404	23
professeur de langue	323	8
réalisateur de film / tv / radio	270	13
graphiste / infographiste / webdesigner	269	10
enseignant / formateur	211	16
assistant de production	194	8
guide	187	5
sous-titreur	150	2
auteur / écrivain	137	8
fonction non-artistique (divers)	130	6

TABEAU 2
NOMBRE DE JOURS
PRESTÉS ET DE
JOURNALISTES
MEMBRES DANS
LES 10 FONCTIONS
AUTRES QUE
JOURNALISTIQUES
LES PLUS
FRÉQUENTES EN
2014

Source : base de données de SMart (2014)

VERS UNE MEILLEURE PRISE EN COMPTE DU TRAVAIL «À LA PIGE»

Cet article témoigne de la discontinuité des trajectoires professionnelles chez les journalistes pigistes. Le fait qu'un nombre croissant de pigistes recourt aux outils de SMart est révélateur des besoins de ces travailleurs autonomes dont le travail est discontinu et qui ne sont pas dans un lien de subordination avec un employeur. SMart leur permet de déclarer leurs prestations en bénéficiant de la protection sociale offerte par un contrat de travail salarié et en profitant de la mutualisation des risques (par exemple, en limitant les risques individuels comme les impayés). Il s'agit aussi d'une alternative au statut d'indépendant qui peut s'avérer risqué face à l'irrégularité, voire à la faiblesse, des revenus de ces travailleurs.

Développer sa propre activité en créant une micro-rédaction, intégrer une niche où il y a

*De telles conditions
de travail risquent toutefois
de porter atteinte à la qualité
du travail et sont également
sources de stress.*

moins de concurrence (dans la presse spécialisée notamment) ou trouver des filières alternatives aux grands groupes médias dominant le marché sont autant d'options qui semblent s'imposer comme une nécessité pour de nombreux pigistes désireux de se maintenir dans le métier de journaliste ou à ses frontières.

Les difficultés du métier sont nombreuses¹⁸: statut précaire des journalistes pigistes (qui se retrouvent parfois dépendants économiquement d'un seul média, comme on l'a vu précédemment), forte concurrence (qui entraîne une pression à la baisse sur les tarifs), rémunérations peu élevées ou encore travail exigeant (de par la production rapide de textes courts et sur des sujets variés). Tous ces éléments poussent les journalistes à sortir des sentiers battus en diversifiant leurs activités et leurs sources de revenus. De telles conditions de travail risquent toutefois de porter atteinte à la qualité du travail et sont également sources de stress.

Tous les pigistes ne sont pas pour autant des «intellos précaires» (pour reprendre le terme popularisé par Anne et Marine Rambach dans leur livre du même nom¹⁹): certains tirent leur épingle du jeu et s'accommode de ces façons de travailler de manière flexible.

¹⁸ Les difficultés du métier de journaliste pigiste ont déjà été mises en lumière par SMart en janvier 2012 lors d'une audition dans le cadre de l'atelier «formation et statut des journalistes» des Etats généraux des Médias d'Information. Pour en savoir plus, voir les pages 15 à 17 de la version synthétique du rapport de cet atelier: <http://egmedia.pcf.be/wp-content/uploads/2011/03/Rapport-synth%C3%A9tique-Atelier-2.pdf>

¹⁹ RAMBACH, Anne et RAMBACH, Marine, *Les intellos précaires*, Paris, Fayard, 2001. Les mêmes auteurs ont publié une suite à ce livre: *Les nouveaux Intellos précaires*, Paris, Stock, 2009.

Comme le montre Olivier Standaert dans sa thèse²⁰, le journalisme flexible procure aussi certains avantages: «multi-emploi», polyvalence, autonomie (dans la gestion de son temps et de son travail), entrepreneuriat, mobilité ascendante, etc. Sans négliger l'aspect vocationnel du métier de journaliste.

Cela étant, un problème reste à résoudre: celui de l'absence d'un véritable statut pour les journalistes pigistes qui forment à certains égards une «sous-classe de travailleurs». Il y a une nécessité d'augmenter la marge de manœuvre et de négociation des pigistes vis-à-vis de leurs clients, en ce qui concerne notamment leurs conditions de travail, leurs contrats ainsi que la cession de leurs droits d'auteur. Comme

le revendique par ailleurs l'AJP, il est grand temps de revaloriser les tarifs dans le journalisme et d'imposer des barèmes minimums à respecter par les différents médias, en adéquation avec la diversité des situations journalistiques. Enfin, on peut souligner la (trop) faible représentation des journalistes pigistes au sein des instances syndicales traditionnelles. Ce constat interpellant vaut en réalité pour l'ensemble des travailleurs autonomes, qui constitue une population sans cesse grandissante sur le marché du travail en Belgique et au-delà de nos frontières. ■

Anne DUJARDIN

Avec la collaboration
de **Fabienne LALOUX**

²⁰ STANDAERT, Olivier, *Le journalisme flexible. Trajectoires d'insertion, identités professionnelles et marché du travail des jeunes journalistes*, Louvain-la-Neuve, Facultés des Sciences économiques, sociales, politiques et de communication, avril 2015.

14 NÉGOCIER LA FLEXIBILITÉ À L'ENTRÉE DU MARCHÉ DU TRAVAIL : LE CAS DES JEUNES JOURNALISTES DE BELGIQUE FRANCOPHONE

Dans les médias comme ailleurs, la diminution d'emplois stables s'accompagne d'un accroissement de la flexibilité, qui peut apparaître comme une cause de précarité ou comme un vivier d'expériences au carrefour de plusieurs professions. Les jeunes en particulier sont contraints de développer des trajectoires hybrides, complexes et peu prévisibles. Les répercussions sont profondes sur la façon dont ils (se) perçoivent (dans) le marché du journalisme.

Les lignes qui suivent s'appuient sur les résultats d'une thèse de doctorat étudiant le marché du travail des jeunes journalistes de Belgique francophone ainsi que leurs trajectoires d'insertion²¹. Cette recherche étudie la double flexibilité du marché journalistique : celle qui imprègne les manières de travailler, les routines et les relations interpersonnelles, et celle qui s'observe de plus en plus dans la gestion des emplois et des ressources humaines. Une des questions qui se pose, et à laquelle cet article est consacré, est de savoir comment est vécue cette double flexibilité. Est-elle pensée comme une source d'opportunités ou au contraire, favorise-t-elle certaines formes d'instabilité et de précarité ? Une des conclusions de la recherche menée à ce sujet peut sembler une énième confirmation, aux yeux de nombreux acteurs du marché, de ce qu'ils ont personnellement vécu, à savoir un parcours d'insertion caractérisé par des périodes plus ou moins longues de travail indépendant, parfois instable et précaire, parfois « sécurisé » par différentes stratégies d'acteurs. Pourtant, malgré des conditions d'exercice potentiellement difficiles et l'obstruction sévissant à l'entrée de la profession, les jeunes journalistes perçoivent leur travail comme une fin en soi, comme un lieu de réalisation d'un projet souvent décrit sur le mode vocationnel.

UNE INSERTION PLUS LONGUE ET MOINS PRÉVISIBLE

Avant de décrire la manière dont les nouveaux arrivants sur le marché du travail journalistique pensent et racontent leur situation, il n'est pas inutile de situer à quel point les cinq premières années de carrière (la période choisie pour cette étude) génèrent des situations professionnelles souvent complexes, incertaines et individualisées. Il n'y a guère d'itinéraire d'insertion prévisible. Pour le dire autrement, il est rare que les jeunes journalistes trouvent en moins d'une année un CDI dans l'entreprise qu'ils convoitaient avant de décrocher leur diplôme. Les 128 journalistes étudiés au moyen d'un questionnaire d'enquête travaillent majoritairement

²¹ STANDAERT (Olivier), *Le journalisme flexible. Trajectoires d'insertion, identités professionnelles et marché du travail des jeunes journalistes*, Louvain-la-Neuve, Facultés des Sciences économiques, sociales, politiques et de communication, avril 2015, 282 p.

sous statut dit « atypique », ou flexible : ils sont indépendants (31 %), sous CDD (19 %), pigistes salariés (17 %) ou indépendants complémentaires (3 %). Seuls 18 % d'entre eux possèdent un CDI, au sein d'une population ayant en moyenne un peu moins de trois ans d'ancienneté lors de l'enquête. Une majorité des journalistes étudiés a travaillé pour plusieurs rédactions, souvent conjointement. Le « multi emploi » est une des réalités les plus visibles de ce marché, tout comme le travail temporaire et à temps partiel. Enfin, l'observation des trajectoires de 27 journalistes au cours d'une période allant de douze à dix-huit mois donne des résultats on ne peut plus clairs quant à l'intensité de la mobilité professionnelle au sein de notre échantillon.

Changements signalés entre les premières et les secondes rencontres (Période écoulée : 12 à 18 mois)

- Changements d'employeur principal : 13 individus sur 27
- Changement de statut professionnel : 14/27
- Temps de travail moyen : 9 hausses / 8 baisses
- Variation de la rémunération moyenne (y compris indexation) : 24/27
- Sorties du marché journalistique : 6/27
- Employeurs journalistiques acquis/perdus : 20/27
- Candidatures inabouties : 14/27 (dont quatre hors des médias)

- Travail hors-marché journalistique (avant ou pendant les entretiens) : 14/27

Cette première vue de l'orée du marché journalistique ressemble en bien des points à celle que peignent d'autres études sociologiques dans différentes professions du secteur des industries culturelles : on y retrouve la généralisation des formes d'emploi dites atypiques (temporaire, partiel, indépendant) et des trajectoires fortement changeantes, s'inscrivant dans une logique de bifurcations. Il s'agit d'un marché du travail en contraction, organisant progressivement sa force de production autour de noyaux de salariés de plus en plus restreints et de réseaux de travailleurs non-salariés dont le nombre tend à augmenter. Inscrite dans un cadre chronologique très particulier (à savoir la crise financière puis économique des années 2008-2013) et centrée sur une population (les nouveaux arrivants) habituée à voir peser sur ses épaules les contraintes des marchés en crise, cette recherche, comme d'autres, constate un effritement accentué du régime de l'emploi salarié à temps plein et à durée indéterminée.

Le « multi emploi » est une des réalités les plus visibles de ce marché, tout comme le travail temporaire et à temps partiel.

L'insertion des jeunes journalistes s'est allongée et complexifiée ; dans un contexte de raréfaction des emplois stables, elle est devenue plus incertaine et son processus est difficilement prévisible. Entre le désir de devenir journaliste, le plus souvent dans les médias d'information générale, et la concrétisation du projet, beaucoup devront renoncer. Ou se réorienter. Car le marché journalistique est aussi un marché vaste, composé de nombreuses niches au sein desquelles toutes les entreprises n'adoptent pas le même modèle de gestion des ressources humaines.

Les jeunes qui s'approprient la grande flexibilité du secteur et envisagent d'autres projets qu'un poste de salarié au sein d'une rédaction bien établie dans la hiérarchie des valeurs journalistiques peuvent créer des nouvelles stratégies d'acteur. Ces initiatives permettent de moins subir les règles imposées par les employeurs et d'expérimenter plusieurs types de relations professionnelles plus ou moins complémentaires. Elles ne sont ni une garantie de débouchés ultérieurs, ni un bouclier

*On a au contraire
affaire à des itinéraires
professionnels de plus en
plus individualisés, où le
champ des possibles est
potentiellement vaste.*

contre les mésaventures, et elles nécessitent un investissement personnel souvent conséquent. Mais elles permettent de tirer profit des positions de travailleur freelance. Travaillant aussi bien dans et en dehors du journalisme, ou à ses marges, beaucoup de jeunes journalistes reprennent à leur compte deux des modes de fonctionnement les plus profondément intégrés aux marchés du travail flexibles (dont le journalisme fait assurément partie) : le travail segmenté (par projet, par prestation, par journée, souvent pour plusieurs employeurs) et le travail en réseaux et connexions, exploitant les potentialités de rencontres de ce que le sociologue Mark Granovetter appelle « la force des liens faibles²² ».

Ces stratégies « flexibles », lorsqu'elles sont mises en œuvre, redessinent sous un autre jour les perspectives du marché, les passerelles entre segments d'activité et entre employeurs, les projets d'avenir, en ce compris le souhait d'évoluer dans une rédaction de média. Il n'y a donc pas, dans les trajectoires étudiées et les discours recueillis au fil de cette recherche, *un seul marché* du travail journalistique, ni un seul scénario de carrière.

On a au contraire affaire à des itinéraires professionnels de plus en plus individualisés, où le champ des possibles est potentiellement vaste. S'il est vrai que les idéaux d'avant carrière, façonnés dans l'enseignement, tendent à donner une image assez homogène des souhaits de carrière, ceux-ci sont rapidement reconfigurés par les jeunes

²² GRANOVETTER (Mark), *Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie*, Paris, Desclée De Brouwer, 2000, 239 p.

journalistes, bien conscients des effets de la conjoncture sur la probabilité d'une trajectoire d'insertion fluide, progressive et rapide. En d'autres termes, ils apprennent vite à ne pas réduire leur périmètre de déploiement aux seuls médias dont ils avaient connaissance durant leurs études.

DES IDENTITÉS PROFESSIONNELLES EN BALANCE

La notion de «travail» désigne les prestations, les tâches, ce que l'individu fait concrètement pour son employeur (un article, un tournage, un reportage, des tâches de mise en page et de desk, etc.). L'emploi désigne un poste (en équivalent temps plein) et un cadre contractuel qui entoure le travail. En effet, une prestation professionnelle peut être intégrée dans un contrat (à temps plein ou non, à durée déterminée ou indéterminée) avec certaines garanties et obligations.

Mais on peut aussi travailler sans emploi, sans autre forme de contrat qu'une convention précisant quelques modalités de collaboration. C'est le travail dit «indépendant», qui gagne en importance dans le journalisme. Par ailleurs, un travail peut être bénévole (dans un cadre domestique, associatif, militant, caritatif, etc.), alors que l'emploi suppose toujours une rémunération.

C'est le travail dit «indépendant», qui gagne en importance dans le journalisme.

Lorsque les situations «objectives» des trajectoires (revenus, statut, perspectives) tendent à fragiliser la position et le devenir de l'individu au sein du champ, les récits des jeunes journalistes auront tendance à traduire le doute de soi-même ainsi qu'une dévalorisation, *a posteriori*, de sa propre trajectoire. Le champ journalistique devient dans ce cas le lieu d'une dépréciation identitaire alors qu'il était initialement convoité comme un espace d'accomplissement de soi-même. Quatre «formes identitaires²³» spécifiques forment ensemble celle de la précarité, comprise ici comme le versant négatif et potentiellement destructurant de la flexibilité. Les quatre formes les plus souvent recensées sont les suivantes :

- La sélectivité aléatoire: le jeune candidat se montre perplexe sur ses capacités et ses chances de s'insérer dans le marché, il montre une faible capacité à lire et interpréter le fonctionnement du recrutement et de la sélection par les employeurs. Son discours reporte donc sur la chance, le hasard et les circonstances, soit des facteurs aléatoires, le pouvoir d'octroyer un emploi satisfaisant dans le marché du journalisme. En découle un sentiment d'impuissance par rapport à ces «forces» sur lesquelles il semble difficile d'influer.

²³ À comprendre comme les configurations les plus typiques et récurrentes des discours recueillis lors des entretiens de recherche.

- L'accommodation par distanciation: le jeune candidat développe un discours et des postures d'éloignement par rapport au noyau dur du journalisme, c'est-à-dire ses entreprises et ses acteurs les plus visibles ou les plus convoités. Cette forme identitaire se double souvent d'actes concrets tendant à quitter ou à s'éloigner du journalisme, justifiés par une position de plus en plus inconfortable et une persévérance inutile.
 - La « désacralisation » et le désenchantement par rapport au métier désignent la gamme de propos exprimant les déceptions, les deuils et les déceptions des débuts de carrière. Elles portent le plus souvent sur les conditions d'emploi et confrontent deux univers d'attentes, l'avant et l'après insertion.
 - L'incertitude par rapport à soi-même est une suite logique de la forme identitaire précédente. On la retrouve dans la presque totalité des discours recueillis. En substance, elle traduit la difficulté qu'ont les jeunes journalistes de se projeter durablement dans leur profession. Par conséquent, la question de la sortie du métier est posée avec plus ou moins d'insistance dès les premières expériences professionnelles et ce, par la majorité de l'échantillon.
- reconstruisent les nombreuses bifurcations de façon structurante et cohérente. L'individu parvient à conférer un sens harmonieux à sa trajectoire, à savoir celui d'une jonction plus ou moins réussie entre son projet, son parcours et l'image que la profession (en tant que collectif) lui renvoie de lui-même. Quatre agencements typiques créent ensemble les formes identitaires de l'intégration (matérielle, statutaire, sociale, mentale). Selon des modalités propres à chaque trajectoire, celles qui sont le plus souvent déployées sont l'avènement de sa singularité, l'adhésion aux valeurs et aux pratiques du groupe professionnel, le développement d'un argumentaire axé sur le travail (et non l'emploi) ainsi que la projection de soi dans un futur «journalistique».
- L'avènement de sa propre singularité exprime une logique discursive inverse de la sélectivité aléatoire, dans la mesure où le jeune journaliste explique son parcours (et en général ses évolutions positives) par le fait que ses qualités intrinsèques ont été reconnues et validées, lui permettant de se distinguer du flot de candidats dotés de la même expérience que lui. Le regard porté sur soi et ses compétences est donc à la fois clairement mentionné et perçu comme un élément explicatif de sa trajectoire.

Si, au contraire, les entretiens révèlent une tendance à l'amélioration des paramètres objectifs de la situation d'emploi et/ou de travail, les formes identitaires

- L'adhésion, ou à tout le moins un certain consentement aux valeurs du groupe professionnel, témoigne de la faculté qu'ont les jeunes journalistes à

- s'identifier aux pratiques, aux discours et aux valeurs supposées des journalistes. Cette volonté de « coller » aux réalités et aux attributs du métier peut se comprendre comme un révélateur, un signe d'une intégration réussie: celui qui appartient au métier en partage les principales valeurs et normes, il en est aussi l'acteur, l'interprète et l'ambassadeur.
- L'argumentaire centré sur le travail signifie que lorsqu'ils parviennent à se ménager un parcours à l'abri de la précarité et des incertitudes, les journalistes relèguent les questions statutaires, de salaire et de contrats au second plan. Les aspects liés au travail et à ses enjeux occupent l'essentiel des discours et expriment en général une certaine satisfaction de produire régulièrement des contenus journalistiques. Plus ceux-ci relèvent des approches dites « nobles » du métier (reportage, enquête, récits longs, créatifs et soignés), plus la satisfaction de travailler tend à croître et plus les problèmes liés à l'emploi tendent à être acceptées.
 - Enfin, la projection de soi-même dans l'avenir est l'exact opposé de la quatrième forme identitaire de la précarité: ceux qui sont rassurés par leur propre évolution peuvent s'imaginer rester longtemps journalistes. Quelquefois même, cette projection ose affirmer des souhaits de progression hiérarchique et des projets plus ambitieux, avec des responsabilités éditoriales ou managériales. En règle générale cependant, cette capacité de se situer dans l'avenir demeure assez floue, centrée sur le moyen terme (quatre ou cinq années) et sujette à certains doutes (liés par exemple aux projets personnels et familiaux).

...celui qui appartient au métier en partage les principales valeurs et normes, il en est aussi l'acteur, l'interprète et l'ambassadeur.

LES PÔLES IDENTITAIRES DES JEUNES JOURNALISTES, ENTRE PRÉCARITÉ ET INTÉGRATION

Précarité	Intégration
Sélectivité aléatoire	Avènement de sa propre singularité
Accommodation par distanciation	Adhésion aux normes et valeurs
Discours de désacralisation	Discours de valorisation par le travail
Effacement d'un avenir stable	Projection de soi dans une carrière stable

Au fil de trajectoires profondément marquées par la logique de bifurcation, l'individu est amené à se débattre plus ou moins intensément avec les formes et les effets de la flexibilité. Les incertitudes et les mobilités qui en découlent sont multiples. C'est notamment à elles qu'il confronte et adapte ses propres attentes, son projet pour lui-même. C'est en fonction d'elles que le jeune journaliste apprécie diversement sa propre action et les effets du champ sur celle-ci. Dans ce jeu complexe, les postures identitaires évoluent parfois aussi brutalement que les parcours. Par conséquent, il est essentiel d'étudier le marché du travail des journalistes dans une certaine durée. C'est de cette manière qu'on mesure les modalités d'adaptation des jeunes journalistes au contexte actuel. Si le temps qui passe ne révèle que de faibles perspectives de mettre en application un désir d'auto-réalisation, les logiques d'accommodation et de distanciation par rapport au marché s'imposent et prennent de plus en plus de poids. Dans ce cas, la volonté d'adhésion et d'expliquer «positivement» sa trajectoire via les formes identitaires de l'intégration se fera de plus en plus hésitante.

La généralisation du provisoire (...) ne suppose pas tant une instabilité effective du travailleur qu'une instabilité en puissance

S'ACCOMPLIR «FLEXIBLEMENT» DANS LE TRAVAIL

Souvent, les discours corporatistes ou professionnels sur la précarité des journalistes mésestiment la dimension diachronique des trajectoires et présentent les jeunes entrants comme des victimes immédiates, inéluctables et permanentes du marché. Certains les présentent comme une «intellectuals précaire», troquant la prétention à accumuler un capital matériel au profit de la seule reconnaissance symbolique attachée au métier de journaliste²⁴. Ces représentations, bien établies, méconnaissent toute prise en compte de la dimension évolutive des parcours professionnels. Les formes identitaires des jeunes journalistes révèlent bel et bien une capacité à s'adapter aux caractéristiques du marché du travail. Il y a là un consentement irréfutable et souvent tenace.

Elles révèlent aussi, dans la lignée de nombreux travaux, un investissement de la carrière sur un mode affinitaire et identitaire, donnant la priorité à la tâche laborieuse et à la mission qu'elle sous-tend plutôt qu'à la situation matérielle. Mais cette primauté du travail sur l'emploi demeure fondamentalement limitée dans le temps et conditionnée à des évolutions positives. Elle n'est donc pas donnée telle quelle, ni donnée à tout le monde. Pour le dire autrement, et à un niveau d'analyse plus large, «la généralisation du provisoire (...) ne suppose

²⁴ Cette évaluation de sa propre place en fonction d'enjeux non-matériels renvoie en effet à ce qu'Alain Accardo écrit dans son étude sur les journalistes précaires, au sujet desquels il émet l'hypothèse qu'ils acceptent les affres de leur statut en raison de leur «désir de reconnaissance», qui les pousse «à rechercher plutôt le capital symbolique que le capital économique et même à sacrifier s'il le faut celui-ci à celui-là». *Journalistes précaires, journalistes au quotidien*, 2e éd., éd. Alain Accardo, Paris, Agone, 2007, p. 276.

pas tant une instabilité effective du travailleur qu'une instabilité en puissance²⁵. Soulignant une fragilité potentielle plutôt qu'immédiate, Patrick Cingolani réfléchit lui aussi la précarité dans une perspective temporelle. Celle-ci reconnaît aux individus une capacité à agir et à se repositionner dans le champ. La grande majorité des journalistes rencontrés dans le cadre de cette recherche a effectivement tenté d'influer sur sa propre situation. Parfois à contrecœur, parfois contraint et forcé, parfois sans urgence ni contrainte spécifique, parfois volontairement. Parfois avec succès, quelquefois en pure perte. Mais avec en ligne de mire une vraie conscience de soi-même symbolisée par l'expression des écarts entre la trajectoire rêvée et la trajectoire réelle.

Les jeunes journalistes ne perdent jamais de vue, à aucun moment que ce soit, la notion d'évolution et de progressivité de leur parcours. Celui-ci est évalué aussi souvent que l'exige la logique de bifurcation dans laquelle ils sont amenés à évoluer. C'est un des enseignements majeurs des formes identitaires: dépeindre les nouveaux entrants comme exclusivement soumis au système et passifs face aux soubresauts de leurs parcours trahirait la réalité. L'analyse des trajectoires le démontre à suffisance: la mobilité et la flexibilité ne sont pas que des situations et des choix imposés. Elles sont constitutives de tout le champ et de tous ses acteurs,

en ce compris les plus jeunes, à travers les logiques de conciliation entre travail et vie privée, entre l'attente et la mise en mobilité, entre pragmatisme «alimentaire» et tentatives d'élévation de soi-même dans les milieux convoités. Dans différentes mesures, les jeunes entrants incorporent la flexibilité et l'activent également à leur profit, pour eux-mêmes, au service d'un objectif primordial: devenir soi-même, tendre à la réalisation de son propre potentiel, professionnel et non-professionnel.

Ce qu'il semble capital de souligner, c'est que les leviers qu'activent les jeunes journalistes naissent souvent d'une incapacité à pouvoir s'imaginer demeurer indéfiniment dans une situation où leurs ambitions initiales se heurtent à des obstacles dont ils ne savent dire s'ils sont surmontables ou non. Face à ces incertitudes, les tentatives d'ajustements sont bien plus nombreuses que les statu quo. Il est tout aussi capital de constater que c'est aux marges du champ, voire en dehors de ses frontières habituelles, que beaucoup de jeunes journalistes vont chercher ce qu'ils n'ont pas trouvé, à savoir une forme de stabilité d'emploi dans la majorité des cas. Bien entendu, il subsiste une minorité de nouveaux entrants qui ne connaissent pas ces difficultés. Ils accomplissent alors leur insertion en un temps bref tout en demeurant au sein du noyau dur des médias, formé par la presse d'information générale à grande audience.

²⁵ *Un travail sans limites? Subordination, tensions, résistances*, dir. Patrick Cingolani, Toulouse, Erès, 2012, p.124.

En réalité, ces manœuvres face à des situations d'emploi incertaines reposent la question des stratégies d'acteurs d'une autre manière. Elles adhèrent au propos voulant que « l'acteur dispose toujours d'une marge de liberté qui lui permet à la fois de poser des stratégies à des fins personnelles, mais aussi de combler les insuffisances concrètes de règles qui ne peuvent concrètement tout assurer, tout prévoir²⁶ ». Alain Supiot, dans un regard embrassant le travail de manière large, rappelle « la détermination irréductible des travailleurs à exister comme sujets, à se voir reconnaître une place humainement viable²⁷ ». Cette marge de liberté, les formes identitaires de la distanciation s'en emparent pour justifier le fait de concrétiser son potentiel ailleurs (dans la communication, l'enseignement, l'auto-entrepreneuriat, l'associatif le plus souvent). Ailleurs que dans le journalisme, et donc dans un autre cadre de référence professionnel, voire à la rigueur à ses marges (dans la presse professionnelle et d'entreprise, dans la production audiovisuelle, dans la communication digitale, voire dans le journalisme bénévole). C'est là que certains sujets iront reporter leurs projets

*« La détermination
irréductible des travailleurs à
exister comme sujets, à se
voir reconnaître une place
humainement viable »*

personnels inaccomplis dans un journalisme « traditionnel » marqué par l'instabilité des conditions d'emploi. La survie dans le champ est tout autant une affaire de situation matérielle et de position professionnelle que de regard porté sur soi-même à travers sa place dans l'entreprise et dans le marché au sens large. Une analyse dans la durée permet de suivre précisément les facteurs qui font basculer l'individu dans un discours de distanciation et d'incertitude, ou au contraire, dans la projection de soi-même au sein du champ et une certaine confiance en ses propres moyens. Ce que le facteur « temps » révèle devient alors évident : on est obligé de constater le poids crucial de la flexibilisation du marché du travail et des politiques de ressources humaines dans les possibilités de se réaliser dans et par le travail de journaliste.

ETRE JOURNALISTE, UNE POSITION À TONALITÉS VARIABLES

Dans un contexte de fragmentation et d'individualisation des trajectoires, les allées et venues entre les champs sont beaucoup plus nombreuses et marquées par une certaine brièveté. C'est en partie hors du journalisme que les plus jeunes vont résoudre, ponctuellement ou durablement, leurs problèmes liés à l'emploi (pérennité des revenus, garanties sociales, régulation du rapport entre travail et vie privée),

²⁶ SCIEUR (Philippe), *Sociologie des organisations. Introduction à l'analyse de l'action collective organisée*, 2e éd., Paris, Armand Colin, 2008, p. 87.

²⁷ SUPIOT (Alain), *Critique du droit du travail*, 2e éd. Paris, PUF, 2011, p. 268.

afin de se consacrer à ce qu'ils mettent tous en évidence comme étant leur priorité: le métier de journaliste et ses débouchés en termes de gratification individuelle. Cette manœuvre ne les écarte pas toujours, ni définitivement du champ journalistique. Mais de près ou de loin, ces formes identitaires de l'accommodation par mise à distance/négociation ont concerné plus de la moitié des individus interrogés, amenés tôt ou tard à exercer partiellement hors du noyau dur du journalisme d'information pour tenter d'y conserver un avenir. Le paradoxe est frappant: c'est en se distanciant du marché du travail que certains parviennent à y demeurer.

Faut-il s'en étonner, les identités professionnelles des jeunes enquêtés traduisent, dans le contexte décrit plus haut, une certaine porosité à d'autres champs, une forme d'instabilité et un déficit de sentiment identitaire collectif à l'échelle du groupe. Ce qui s'observe dans le cadre limité de cette étude serait une traduction d'un phénomène plus large, faisant de l'acteur social un «être hybride, défini, selon des proportions différentes, par l'appartenance collective et l'autonomie individuelle. (...) La part de cette dernière s'accroît avec la succession des générations²⁸».

Les formes identitaires deviennent par conséquent moins collégiales et respectueuses des formes traditionnelles du

C'est en se distanciant du marché du travail que certains parviennent à y demeurer

métier. De façon assez nette, les formes identitaires de la précarité confirment l'hypothèse «que la capacité des professions à se constituer comme acteur collectif unitaire diminue²⁹». Dans le cas présent, pas tant parce que leurs membres acceptent «de moins en moins de sacrifier leurs intérêts à ce que leurs représentants leur présentent comme étant ceux du groupe³⁰» que parce que les bifurcations étudiées risquent de plus en plus de confronter les individus aux épreuves du «double-bind», soit une prise en tenaille entre «l'injonction à travailler et l'impossibilité de travailler sous les formes attendues ou espérées³¹». S'ensuit une forme de pragmatisme et d'opportunisme, autorisant par exemple la cohabitation de plusieurs métiers et statuts.

Néanmoins, les stratégies et les discours des jeunes l'évoquent tant et plus, avec en toile de fond une certaine ambivalence: ce métier dont il a fallu parfois se distancier conserve malgré tout, en dépit de nombreux obstacles et contraintes, une place à part mêlant attirance et rejet, adhésion et distance, volonté de s'en éloigner mais sans fermer de porte.

²⁸ KARPIK (Lucien), *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007, p. 348.

²⁹ CHAMPY (Florent), *La sociologie des professions*, 2e éd., Paris, PUF, 2012, p. 124.

³⁰ Idem, p. 124.

³¹ ROULLEAU-BERGER (Laurence), «Travail flexible, bifurcations biographiques et nouvelles économies morales», dans *Un travail sans limites? Subordination, tensions, résistances*, dir. Patrick Cingolani, Toulouse, Erès, 2012, p. 216.

Tout reste possible avec le journalisme, et s'il est source de dépit, de questions et de déceptions, surtout dans les parcours chaotiques, il lui reste un potentiel que personne ne semble désavouer. Partir pour de bon ou renoncer définitivement ne font pas partie des formes identitaires des jeunes journalistes. Cette ambivalence, n'est-elle pas aussi, en définitive, l'expression ultime de la prégnance de la flexibilité? Celle-ci ne stimule pas seulement les interactions entre plusieurs marchés du travail. Elle ne se borne pas à servir de norme gestionnaire des ressources humaines. Elle ordonne aussi, à l'intérieur même d'un secteur, au cœur d'une profession et de sa

zone d'activités, les allées et venues *dans le temps*. C'est, une fois de plus, la clé de lecture la plus appropriée pour comprendre ce qu'il se passe. Ce qui a été fait ne présume pas toujours, loin s'en faut, de ce qui adviendra. Et si le futur peut rester potentiellement ouvert au journalisme, en dépit de projets qui lui sont étrangers, de souhaits ou d'obligations d'en sortir, c'est parce que sa dimension flexible a suffisamment pénétré les individus pour qu'ils la négocient non pas durant les premières années de leur carrière, mais tout au long de celle-ci. ■

Olivier Standaert

Nous vivons dans une société de l'information, où les flux sont continus. A travers les réseaux sociaux, dans nos smartphones, les médias jouent dans leur grande majorité la carte de l'instantané et de l'urgence. Si ce marché est bouillonnant, paradoxalement, il n'en va pas de même pour la situation des personnes dont le métier est précisément d'informer, d'enquêter sur les faits de ce monde.

En effet, la profession de journaliste semble de plus en plus tributaire d'impératifs économiques extérieurs à ses propres enjeux. Cela joue énormément sur les conditions de travail des journalistes, et se reflète probablement dans leur manière de traiter l'info.

Histoire de faire un tour d'horizon de la question, j'ai rencontré quelques professionnels du secteur. Olivier Bailly, cofondateur du « *mook* » *Médor*, prône un journalisme d'enquête, d'information qui se distancierait du buzz ou de l'*infotainment*³². Robert Neys est un ancien journaliste titulaire de la RTB, aujourd'hui retraité. Il participe encore à des magazines d'information sous un statut d'indépendant complémentaire. Martine Simonis est la secrétaire générale de l'AJP, l'Association (belge) des Journalistes professionnels. J'ai également rencontré deux jeunes journalistes qui ont souhaité garder l'anonymat. L'une travaille à la fois pour la rédaction web d'un gros titre de presse belge, sous un « statut » de « faux indépendant » (elle n'est pas salariée mais se trouve néanmoins dans un rapport de subordination à son employeur) et pour des revues d'éducation permanente. L'autre, avec le même pseudo-statut, travaille pour une société qui vend ses programmes à RTL-TVI.

DES SYNERGIES AUX ÉCONOMIES

On assiste de toute évidence, dans les médias *mainstream*, à une certaine homogénéisation de l'information. Martine Simonis parle de synergies, euphémisme utilisé par les groupes de presse pour désigner des coupes budgétaires. Ainsi, on peut retrouver les mêmes infos dans les pages régionales du journal *Le Soir* et des journaux du groupe Sud Presse (*La Meuse*, *La Capitale*, *La Nouvelle Gazette*).

³² Mot-valise composé de deux termes anglais, « information » et « entertainment ». Désigne des programmes de télévision qui mêlent, sans les distinguer clairement, des éléments d'information et de divertissement.

La précarisation du métier de journaliste constitue-t-elle un danger pour la liberté d'informer ? Face à des impératifs de rentabilité sans cesse plus contraignants, les investigations, les analyses critiques sont-elles encore possible dans notre presse ? Des journalistes témoignent de leurs difficultés mais aussi des solutions qu'ils mettent en œuvre pour se doter de nouveaux moyens d'action.

Les conséquences sont que le groupe Rossel, à qui appartiennent Sud Presse et *Le Soir*, peut diminuer de moitié ses collaborations avec des journalistes indépendants et que ceux qui écrivent pour les deux titres voient potentiellement leurs revenus diminuer de moitié.

Cela dit, Mme Simonis nuance en ce sens que, selon elle, pour un territoire comme la Fédération Wallonie-Bruxelles, le paysage médiatique reste diversifié. Il subsiste un certain pluralisme, même si les infos que l'on reçoit peuvent être souvent les mêmes. En effet, les titres de presse et les chaînes qui diffusent des infos restent nombreuses, tout comme les manières de traiter les informations peuvent différer d'un média à l'autre. Dans le magazine *C4*, cependant, Luca Piddu pose le constat que trois grands groupes possèdent aujourd'hui tous les quotidiens de la presse généraliste francophone : Rossel, IPM et Publifin (*L'Avenir*, Be TV). Il y a donc à la fois une certaine diversité dans les titres existants, mais ceux-ci sont engloutis par trois grands propriétaires. Par ailleurs, beaucoup de journaux d'opinion, surtout ancrés à gauche, ont disparu³³.

Face à cette dégradation des conditions de travail des journalistes, Olivier Bailly, cofondateur de *Médor*, craint que le droit fondamental à l'information finisse par se perdre. Ce droit est, selon lui, menacé par des pressions politiques directes ou indirectes, et les pressions économiques liées aux accords entre les annonceurs d'une part, qui financent majoritairement les médias, et

les amis des propriétaires de presse. Ainsi, par exemple, une société de paris sportifs, BetFirst, est un partenaire du groupe IPM, éditeur de «*La Libre*» et de «*La Dernière Heure*». Le groupe est détenu par les frères Le Hodey, qui sont également les patrons de BetFirst. Selon Olivier Bailly, cette proximité engendre, au cœur des pages de la *Dernière Heure*, une confusion des genres puisque il observe que des publicités plus ou moins subtiles, voire des incitations à parier, s'insinuent au cœur même des articles du quotidien.

Il dénonce également les impératifs de rendement des journalistes, qu'il juge trop soutenus pour pouvoir produire de la qualité. Martine Simonis le rejoint lorsqu'elle estime qu'il faudrait doubler le salaire des journalistes web et en engager davantage au sein des rédactions pour qu'il y ait potentiellement des infos traitées plus en profondeur et de meilleure facture, et encore, sans garantie de résultat. Une autre de mes témoins, journaliste indépendante qui travaille pour la rédaction web d'un grand quotidien belge, reconnaît que son travail consiste plus en de l'édition qu'à faire du vrai journalisme. En effet, il s'agit plutôt, dans son cas, de relayer des dépêches ou des buzz eux-mêmes diffusés sur Internet. Cela dit, cette manière de faire lui permet de gagner décemment sa vie, tout en travaillant, selon un barème tarifaire moins élevé, pour des titres de presse pour lesquels elle rédige des papiers sur des thèmes qui lui sont chers, sans subir la pression du marché, de l'urgence et de l'employeur.

³³ Luca Piddu, «Le pluralisme des médias menacé», *C4*, n° 224, printemps 2015. <http://www.entonnoir.org/c4/2015/06/24/le-pluralisme-des-medias-menace/>

On le voit, la nécessité de produire rapidement de l'information, de façon industrielle en quelque sorte, interdit aux journalistes de se rendre sur le terrain, et les oblige à travailler avec un téléphone. Leur métier de journaliste se limite parfois à retransmettre des infos vues ailleurs sur internet, sans avoir le temps de les vérifier ou de les mettre en perspective.

Robert Neys regrette l'époque où il était normal qu'à 10 heures du matin, les locaux de la rédaction soient vides puisque tout le monde était sur le terrain, alors que maintenant la plupart travaillent depuis un bureau. Il s'estime privilégié d'avoir ensuite pu se retrouver au sein d'équipes qui produisent des magazines télévisés, ce qui permet de prendre le temps de développer des sujets en long et en large.

Dans le même ordre d'idées, Martine Simonis estime que, si l'AJP ne permettait pas à des journalistes d'obtenir des bourses relativement conséquentes pour réaliser des enquêtes approfondies, celles-ci ne verraient jamais le jour. Pourtant, les grands groupes de presse ne se portent pas si mal financièrement, selon une journaliste indépendante qui travaille régulièrement pour l'un d'eux. Mais ils font le choix de ne pas investir dans leurs journalistes et dans la qualité de l'information qu'ils diffusent.

LE CAS DES FAUX INDÉPENDANTS

Le journalisme free-lance, qui semble être la forme de journalisme majoritaire aujourd'hui, s'installe dans une sorte de statut précaire de « faux indépendant ». Un titre de presse va donc engager sans contrat écrit un journaliste pour une période déterminée, qui peut être renouvelée indéfiniment, et celui-ci sera payé à la pige ou à l'heure, selon les formules. Ce statut oblige le journaliste à produire un maximum de piges, selon les désirs de son employeur, s'il ne veut pas perdre son travail du jour au lendemain. Bien qu'une relation de confiance puisse exister entre l'employeur et le journaliste, ces conditions induisent un rapport biaisé au travail.

Cela dit, selon Martine Simonis, les chiffres de l'AJP montrent que certains journalistes indépendants sont mieux lotis que les journalistes salariés. En outre, de l'aveu des deux journalistes indépendantes que j'ai interrogées, les faux indépendants dans leur situation semblent gagner correctement leur vie, mais au prix d'une très faible protection sociale et d'horaires de travail très soutenus.

Le journalisme free-lance, qui semble être la forme de journalisme majoritaire aujourd'hui, s'installe dans une sorte de statut précaire de « faux indépendant »

Les flux d'information sont permanents. Malheureusement, cette surabondance rend l'accès à l'information de qualité plus complexe, puisqu'elle est très souvent étouffée par la masse des autres informations, qu'on pourrait plutôt assimiler à des « *punchlines* », des phrases chocs. D'ailleurs, il n'est plus rare qu'un « tweet » fasse office d'information et soit relayé par de nombreux médias.

LE « MOOK », UNE STRATÉGIE DE RÉAPPROPRIATION DE L'OUTIL JOURNALISTIQUE ?

Le « *mook* » est cette formule qui vise à croiser un format de livre avec un contenu de magazine. On y trouve généralement des grands reportages, des enquêtes, des récits graphiques, des cahiers photos... En France, on connaît *XXF*³⁴, lancé en 2008, ou encore, depuis 2013, *La Revue Dessinée*, qui se présente comme revue d'« enquêtes,

...il n'est plus rare qu'un « tweet » fasse office d'information et soit relayé par de nombreux médias.

reportages et documentaires en bande dessinée»³⁵.

En Belgique, un nouveau titre était supposé paraître le 19 novembre 2015. *Médor*, co-fondé par Olivier Bailly, l'un de mes témoins³⁶. Supposé paraître parce que, la veille de sa sortie officielle, la société Mithra Pharmaceuticals a déposé une plainte en requête unilatérale auprès du Tribunal de Première Instance de Namur visant à interdire la parution du premier numéro. En effet, cette entreprise pharmaceutique y fait l'objet d'une enquête qui semble la mettre en difficulté. Et le tribunal en a interdit la diffusion, en condamnant *Médor* à payer 12.000€ d'amende par jour et par infraction constatée³⁷. C'est une situation « exceptionnellement rare dans les annales de la presse belge », indiquait le communiqué de presse diffusé par *Médor*.

A l'instar de ses prédécesseurs français, ce *mook* a comme ambition, sous des formes diverses, de proposer des informations de qualité traitées en long et en large, et surtout de payer – relativement – décentement ses collaborateurs : les journalistes sont payés aux tarifs prônés par l'AJP, avec une majoration de 100 %, 75 % ou 50 % selon qu'il s'agit respectivement d'une enquête, d'un reportage-récit-portrait ou d'une rubrique récurrente. Pour le financer, une

³⁴ <http://www.revue21.fr/>

³⁵ <http://www.larevueedessinee.fr/>

³⁶ <https://medor.coop/fr/>

³⁷ Plaidé le 24 novembre. Voir notamment : www.lecho.be/entreprises/media_marketing/Nous_voulons_eviter_que_Medor_soit_le_gentil_toutou_de_la_democratie.9702890-3066.art?ckc=1&ts=1448442854

Ou la dépêche de Belga reprise telle quelle par la RTBF et par L'Avenir :

www.rtfb.be/info/economie/detail_le-magazine-medor-sera-fixe-mardi-dans-le-cadre-du-litige-avec-mithra?id=9146686
http://www.lavenir.net/cnt/dmf20151124_00740505/le-magazine-medor-fixe-mardi-dans-le-cadre-du-litige-avec-mithra

coopérative a été créée, qui permet d'ores et déjà de payer les trois premiers numéros, les ventes de ceux-ci devant ramener des fonds pour le quatrième. Olivier Bailly y croit, tout en restant réaliste face à la situation de la presse en Belgique. Bien que les journalistes de *Médor* soient plutôt choyés, ce n'est pas encore suffisant. Et il est nécessaire que les fonds suivent, sans quoi le projet ne pourrait pas survivre. Un enjeu essentiel est aussi que *Médor* soit accessible à un maximum de gens, même si son fondateur sait que, au moins dans un premier temps, il sera lu essentiellement par un public averti.

Quoi qu'il en soit, la censure dont *Médor* a fait l'objet donne d'autant plus de sens à l'existence de ce type de presse. Il y a des « vérités » qui dérangent, mais ça ne doit pas être une raison pour les étouffer. Le maintien du jugement initial aurait signé immédiatement l'arrêt de mort du projet. Le Tribunal de première instance de Namur est fort heureusement revenu sur la décision prise en référé. Début décembre, *Médor* a donc pu enfin être distribué librement en librairie, avec un retard de trois semaines sur son agenda, certes, mais en bénéficiant d'une publicité et d'une aura qui lui auront sans doute permis de renforcer ses ventes et d'élargir son audience.

DES NUANCES

On a ici un constat tout en nuances. D'une part, le paysage médiatique francophone belge est relativement diversifié, ce qui

Il y a actuellement une sorte de culture du buzz. Il faut faire du clic, il faut vendre.

pourrait constituer un gage de liberté de circulation de l'information.

Les groupes de presse semblent bien se porter financièrement. On peut déplore qu'ils n'investissent pas d'autant plus sur la rémunération de leurs journalistes et, par conséquent, qu'il faille mettre en doute la qualité des infos que l'on reçoit au quotidien. Si, comme Olivier Bailli le souligne, les dépêches ont tout leur sens, elles sont relayées partout mais les journalistes prennent de moins en moins le temps de les approfondir, de les mettre en perspective. Il y a actuellement une sorte de culture du buzz. Il faut faire du clic, il faut vendre.

En attendant, les médias dominants, et en particulier les groupes de presse, semblent perdre de vue leur rôle essentiel de « quatrième pouvoir », de participation à la vie citoyenne, politique, publique. Leur maître mot semble être « économie », quand bien même ils ne sont pas dans le rouge financièrement. Les économies qu'ils font sur le nombre de leurs journalistes et sur les budgets qu'ils consacrent pour les rémunérer jouent évidemment un rôle sur la qualité des informations.

Il est important de rester vigilant face aux dérives consuméristes des médias. La tentation de confondre l'information et le divertissement est bien là, et le passage de l'un à l'autre est régulièrement franchi avec plus ou moins de subtilité. Il en va de même quand il s'agit d'utiliser un *scoop* anecdotique pour provoquer le *buzz*, donc du chiffre d'affaire, à moindre coût, au détriment d'une information approfondie qui,

si elle peut paraître plus morose, serait plus pertinente. On le voit avec ce qu'a vécu *Médor* en cette fin d'année 2015, une société puissante financièrement pourrait, si la justice lui donnait raison, empêcher la diffusion d'une enquête qui la met en cause. Que deviendrait, dans ce cas, la liberté d'informer? ■

Adrien de Fraipont

ACCARDO Alain (éd),

Journalistes précaires, journalistes au quotidien, Paris, Agone, 2007

ASSOCIATION DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS,

Le guide du pigiste. Etre journaliste indépendant en Belgique, Bruxelles, AJP, 4ème éd., 2015.

CINGOLANI, Patrick (dir.),

Un travail sans limites? Subordination, tensions, résistances, Toulouse, Erès, 2012,

DUMONT Jean-François,

Le Livre Noir des journalistes indépendants, Bruxelles, AJP/Editions Luc Pire, 2006.

RAEYMAECKERS Karin, **HEINDERYCKX**, François, **DE VUYST**, Sara, **LIBERT**, Manon, **DE MAEYER**, Juliette, **DE DOBBELAER**, Rebeca, **LE CAM**, Florence, **DEPREZ**, Annelore et **DE KEYSER**, Jeroen,

Le journaliste belge en 2013 : un autoportrait, Gand, Academia Press, 2013.

RAMBACH Anne et **RAMBACH**, Marine,

Les intellos précaires, Paris, Fayard, 2001.

Les nouveaux intellos précaires, Paris, Stock, 2009.

STANDAERT Olivier,

Le journalisme flexible. Trajectoires d'insertion, identités professionnelles et marché du travail des jeunes journalistes, Louvain-la-Neuve, Facultés des Sciences économiques, sociales, politiques et de communication, 2015.

SITES A CONSULTER

Association des Journalistes Professionnels (AJP), union professionnelle :

www.ajp.be

Le site interactif des journalistes indépendants belges francophones (réalisé par l'AJP) :

www.journalistefreelance.be



Anne Dujardin

Économiste de formation, spécialisée dans les questions d'économie sociale, Anne Dujardin a travaillé de 2008 à 2015 comme chargée de recherches au sein de SMart.



Fabienne Laloux

Conseillère chez SMart, Fabienne Laloux est diplômée en Communications Sociales (IHECS, « Presse et information ») ainsi qu'en Aide Humanitaire Internationale (Network on Humanitarian Assistance - NOHA) - ce qui lui a permis de travailler sept ans pour la coopération belge.



Olivier Standaert est docteur en information et communication et membre de l'École de journalisme de Louvain (EjL) et de l'Observatoire de recherche sur les médias et le journalisme (ORM) de l'Université catholique de Louvain, Belgique.



Adrien de Fraipont

Après des études en communication spécialisée en éducation permanente et animation socio-culturelle à l'IHECS (Bruxelles), Adrien de Fraipont s'est impliqué au sein de l'équipe de Radio Panik. Il collabore par ailleurs à différentes revues.

Carmelo Virone

Responsable des publications d'éducation permanente au sein de SMart, Carmelo Virone développe parallèlement une activité de critique et d'écrivain.

Dépôt légal: D/2015/11.399/3

Mise en page:
Isabelle Triboulloy SMart

La profession de journaliste conserve tout son attrait. Pourtant, les conditions de travail n'y sont pas toujours roses. Cette recherche, menée à partir de notre base de données, dresse le profil socio-économique des pigistes qui passent par SMart. L'étude se complète par une analyse des stratégies développées par les jeunes journalistes à l'entame de leur carrière et met en exergue une question: la précarisation représente-t-elle une menace pour la qualité et la liberté de l'information? On peut le craindre. Mais des ripostes s'organisent.