

Enquête mondiale de la FIJ 2015

Un aperçu de la nature changeante de l'emploi dans le secteur des médias; comment les syndicats de journalistes répondent et adaptent leurs stratégies au profit de leurs membres et comment recrutent-ils les futures générations de journalistes.

Introduction

En tout début de rapport, nous souhaitons remercier les 66 organisations affiliées qui ont pris la peine et le temps de répondre aux 54 questions de l'enquête mondiale sur les jeunes. C'est la première tentative d'enquête mondiale de la FIJ réalisée auprès de nos organisations affiliées pour améliorer notre compréhension de la nature de nos membres, de l'état de l'industrie des médias, de ses tendances et des défis à venir, des modalités de réaction de nos membres et d'adaptation des programmes de la FIJ en conséquence.

L'enquête s'est réalisée en deux temps. De juillet à octobre, elle a été lancée et distribuée aux organisations affiliées en Asie et en Amérique latine ; les résultats en ont été compilés fin septembre et ont servi de matière à deux réunions régionales organisées en Thaïlande et au Pérou en octobre ; les deux groupes régionaux ont débattu des enjeux du nouveau paysage des médias pour les syndicats, les modifications des relations du travail et du partage des meilleures pratiques des campagnes de recrutement en insistant plus particulièrement sur les modalités de recrutement des jeunes générations et futures générations de journalistes. Les réunions ont été financées par la Fondation Friedrich Ebert. Une troisième réunion a été consacrée à la FEJ et s'est tenue en avril, à Copenhague, et s'est penchée sur les mêmes axes prioritaires.

La seconde phase a été lancée en novembre après que les premiers résultats aient été compilés. Elle a couvert le reste de la famille de la FIJ.

Lors de l'expiration du délai en janvier, l'enquête avait couvert 66 organisations membres : 29 en Asie, 8 en Amérique latine, 6 en Afrique et 23 en Europe. Dans certaines parties de l'analyse, nous avons réparti les résultats européens entre membres de l'UE + la Suisse et la Norvège (15) (**UE+**) et les syndicats hors UE, en Europe de l'Est (**CEE**) (9) pour affiner l'analyse des différentes priorités de nos organisations membres. L'Asie a connu le même sort et, lorsque c'était nécessaire, a été divisée en Asie du Nord, Asie du Sud, Asie du Sud-Est et Océanie.

Contenu

- ***Examen général des résultats de l'enquête***
- ***Résumé et Recommandations***
- ***Chapitres par région***
 - o ***Asie- Pacifique***
 - o ***Amérique Latin***
 - o ***Europe***
 - o ***Afrique***

Le rapport a été rédigé par Oliver Money-Kyrle, Assistant Secrétaire Général, FIJ

Aperçu mondial :

Les grands titres

L'analyse qui suit donne un aperçu des éléments d'information les plus importants et les plus marquants. Elle est complétée par trois sections préparées par nos bureaux régionaux en Asie, Amérique latine et Europe sur les modalités dont nos membres relèvent les nouveaux défis.

Nos syndicats

- 75% des répondants sont des Membres titulaires/à part entière et 25% des membres associés
- 74% des répondants sont des Syndicats : et 26% sont des associations professionnelles
- 66% de ces organisations tiennent des congrès au moins tous les deux ans.
- Le nombre moyen de membres par syndicat est de 4.038 dont 1.446 femmes, soit 36%.
- Le comité exécutif moyen compte 16 membres dont 4,3 (soit 27%) sont des femmes.
- Base de données numériques : Oui : 61% ; Non : 39%

Égalité

- Le nombre moyen de femmes affiliées a augmenté de 29% à 36% au cours de la dernière décennie.
- Les régions qui comptent le plus grand nombre de femmes sont l'Océanie (49%) suivie de l'Europe (45%), de l'Amérique latine (44%), de l'Asie du Sud-Est (37%), de l'Afrique (35%), de l'Asie du Nord (23%) et de l'Asie du Sud (10%).
- Les syndicats qui accueillent le plus grand nombre de femmes dans leurs comités exécutifs sont la Nouvelle Calédonie avec 100% de membres femmes, suivie par la Finlande (69%), l'Estonie (67%), le Brésil et la Colombie (56%), la Croatie (55%), la Biélorussie (53%), la Turquie (50%) et Timor oriental (50%).
- 33% des syndicats ont un comité de l'égalité hommes-femmes et un quota de 20% de femmes et/ou d'hommes, alors que 37% n'ont pas de politique à cet égard.
- Les exemples de politiques de l'égalité hommes-femmes comprennent : l'intégration dans toutes les activités, à tous les niveaux et l'égalité de rémunération (NJ Norvège), les principes de l'égalité dans les textes réglementaires et les politiques concernant les délégations (NUJ RU & Irlande) ; le règlement prévoit un Comité de l'égalité (TUCJ Croatie) ; au moins 33% de femmes au sein du conseil (KUJ, KCA Kenya et NUJ Népal) et au moins une femme parmi les trois dirigeants de plus haut niveau (KCA Kenya) ; un conseil national de l'égalité (ANP Pérou et NUJP Philippines) ; 30% de participation des femmes à toutes les activités (NUJP Philippines). Plusieurs organisations syndicales n'ont pas de stratégie officielle mais ont une politique sur l'égalité de traitement : NVJ Pays-Bas, FETRACOSE Chili, MAV Vanuatu, MJA Maldives, AJTL Timor oriental, SNPP RDC Congo et FESP Espagne.

Industrie des médias :

- Le nombre de journalistes est **en hausse** selon **60%** des membres ; notamment en Amérique latine où l'avis est unanime, suivie de l'Afrique (80%), l'Asie (75%) et l'Europe de l'Est (44%). Par contre, en **UE+**, **85%** des syndicats constatent **une baisse**.
- Actuellement, la plupart des journalistes sont employés dans les secteurs suivants : **38% dans la presse écrite**, 30% TV, 14% radio et 8% dans les médias en ligne.
- La **croissance** la plus rapide du nombre de journalistes au cours de la dernière décennie : **56% en ligne**, 17% TV, 13% presse écrite, 10% radio (notamment dans les radios de proximité).
- 30% des journalistes gagnent moins de 250 USD par mois, **59%** moins de **500 USD** par mois.
- 65% des organisations affiliées négocient des **conventions collectives**. **25%** déclarent que le nombre des conventions collectives a **augmenté** au cours de la dernière décennie, alors que **14%** pensent **le contraire**.

Nos membres :

- 79% des syndicats affilient des freelances.
- Le pourcentage de membres **freelances** est passé de 22 à 24% au cours de la dernière décennie. L'augmentation la plus modeste est enregistrée en Europe (**EU+**) (1,5 % - 23,5 / 25%), suivie par l'Asie (3% - 20 / 23%), l'Europe de l'Est (4% - 16 / 20%) et l'Afrique (5% - 32,5 / 37,5%). Seule l'AL accuse un recul de cette tendance avec une baisse de 6% de nombre de freelances organisés aujourd'hui par rapport à il y a 10 ans (27% / 21%). Mais seule 6 organisations syndicales ont répondu à la question.
- Plus de la moitié des organisations syndicales ont une politique d'affiliation ouverte aux différents employés du secteur. 13 types sont retenus dans l'enquête et à la question de l'acceptation ou non par les syndicats, ils ont répondu que le rejet était dicté par la législation du travail et non la politique syndicale. Voici en ordre décroissant les catégories les mieux représentées :

Catégorie	Oui	Interdit par la loi	Inéligible ou contre les règles syndicales
Journalistes permanents à temps plein	62	0	0
Journalistes en ligne	60	1	1
Photojournalistes	57	0	5
Journalistes freelances	53	3	6
Caméramans	50	0	9
Rédacteurs en chef	48	4	9
Graphistes	44	1	14
Petits entrepreneurs des médias : par exemple, des blogueurs, des petites entreprises en ligne, etc.	37	5	19
Étudiants et stagiaires en journalisme	36	4	20
Fixeurs	36	3	16

Techniciens	32	3	22
Blogueurs	31	8	19
Communications / public relations	28	4	26

Les catégories les plus rejetées sont par les organisations affiliées à la FIJ : Communications / Public relations (26 : 42%), techniciens (22 : 35%), étudiants (20 : 32%), blogueurs (19 : 31%), petits entrepreneurs des médias (19 : 31%) et fixeurs (16 : 26%).

Alors que nombreuses organisations syndicales ont une politique très ouverte et tentent de recruter très largement, ces chiffres nous révèlent le potentiel si nous ouvrons nos affiliations à d'autres catégories telles que les étudiants, les entrepreneurs journalistes, les blogueurs et le personnel des communications et relations publiques.

Les organisations affiliées à la FIJ ont souvent des points de vue très arrêtés sur les catégories de membres, mais l'industrie modifiant les distinctions traditionnelles entre journalistes et autres professionnels de médias, ainsi que différentes formes d'emploi, de plus en plus de syndicats doivent revoir leurs critères.

Priorités syndicales :

À la question des principaux axes de travail, sur la base de la liste soumise, les réponses ont été :

principaux axes de travail	principaux axes de travail sans les résultats de l'UE+
1. 87% liberté de la presse	1. 90% liberté de la presse
2. 83% normes journalistiques	2. 86% sécurité
3. 76% sécurité	3. 82% normes journalistiques
4. 67% assistance juridique	4. 63% assistance juridique
5. 65% négociation collective	5. 63% égalité
6. 60% égalité	6. 61% négociation collective
7. 49% freelance	7. 45% freelance
8. 41% droits d'auteur.	8. 37% droits d'auteur.

Lorsque les résultats de l'UE ont été retirés, nous avons constaté une prise d'importance de la priorité liberté de la presse et sécurité, et un recul des questions plus industrielles, telles que les freelances, la négociation collective et les droits d'auteur.

À la question de ce que les syndicats aimeraient privilégier, la réponse a été :

	ce que les syndicats aimeraient privilégier: Global	ce que les syndicats aimeraient privilégier EU+ Results Only

1.	Défense de la liberté de la presse	Freelance organizing
2.	Normes journalistiques	Recrutement / syndicalisation
3.	Recrutement / syndicalisation	Négociation collective
4.	Sécurité	Formation / acquisition d'aptitudes
5.	Formation / acquisition d'aptitudes	Normes journalistiques
6.	Renforcement du leadership	Défense de la liberté de la presse
7.	Négociation collective	Surveillance des droits
8.	Campagne	Campagne / égalité

Par contre l'UE aimerait privilégier les questions du travail telles que les freelances, le recrutement et la négociation collective aux dépens de la liberté de la presse, la sécurité, etc.

Les jeunes dans les syndicats

La dernière partie de l'enquête était consacrée aux politiques et stratégies pour attirer et recruter les jeunes.

- Mondialement, 31% des membres ont plus de 51 ans. L'Europe et l'Amérique latine ont la moyenne d'âge la plus élevée avec respectivement 51% de plus de 51 ans en AL et 47% en Europe, qui peuvent être mis en regard des 30% en Europe de l'Est, 19% en Asie et 10% en Afrique. Il n'est donc pas surprenant que nombre d'initiatives ciblant les jeunes se développent dans l'UE où seuls 13% des membres ont moins de 35 ans.
- Au niveau de la direction : 26% des membres du CE ont moins de 35 ans alors 49% oscillent entre 35 et 50 ans. **75% des membres du CE ont moins de 51 ans.** Les régions qui affichent les meilleurs taux de jeunes sont l'Afrique avec 90% de moins de 51 ans, l'Asie avec 83% de moins de 51 ans, l'Europe de l'Est avec 66% de moins de 51 ans, l'AL avec 53% de moins de 51 ans et l'UE avec 48% de moins de 51 ans.
- À la question du pourquoi la priorité aux jeunes dans les syndicats, **82%** des syndicats pensent **qu'ils sont notre avenir.**
- Mais petit bémol, seuls 23% des syndicats ont mené des enquêtes auprès des jeunes journalistes.
- Les **grands obstacles** à la syndicalisation des jeunes :
 1. 29% : ils ne pensent pas que le syndicat peut les aider
 2. 27% : ils ne sont pas intéressés
 3. 26% : ils craignent que leur syndicalisation ne plombe leurs perspectives de carrière.

La réponse des syndicats au défi de la syndicalisation des jeunes est très diversifiée.

- Quatre organisations syndicales (7%) ont des quotas (Kenya, République dominicaine, Afghanistan et NUJ Népal).
- Quatre autres organisations syndicales disent avoir une politique spéciale jeunes (DJV Allemagne, MINPROROREN Japon, CAJP Cambodge et JUS Serbie).
- 8 syndicats donnent des exemples de stratégies. 16 (24%) ont un programme actif. Les exemples donnés englobent : le recrutement d'étudiants (DJV Allemagne, NJ Norvège), en leur offrant une cotisation spéciale et un statut tout aussi spécial (NVJ, Pays-Bas), en ayant un Conseil jeunes (NVJ, P.B.), en ayant une section spéciale pour les étudiants, des quotas de participation aux congrès et une représentation régionale (NJ Norvège), en mettant à la disposition des formations destinées aux jeunes journalistes (SUJ Soudan), en offrant un statut de membre associé (NUJP, Philippines), en organisant un tutorat par de plus anciens membres (AJP, Belgique).

- Les méthodes les plus populaires de prise de contact avec de jeunes journalistes sont :
 1. 57% - formation
 2. 43% - manifestation de mise en réseau
 3. 34% - visites des écoles et étudiants
 4. 30% - les taux de cotisation pour étudiants
 5. 26% - campagnes numériques
 6. 25% - tutorat
 7. 20% - information sur le lieu de travail
 8. 18% - comités jeunes et organisateurs des jeunes
 9. 16% - programmes de leadership jeunes
 10. 16% - services de développement de la carrière.

Rapport récapitulatif

1. Le syndicalisme dans le secteur du journalisme demeure vivant et dynamique dans le monde entier.
2. Alors que le journalisme serait en recul grave en Europe et Amérique du Nord, les autres régions font état d'une forte expansion du secteur et du nombre d'emplois.
3. Ce recul exerce, cependant, de lourdes pressions sur les conditions et les conventions collectives, et sur nos syndicats membres en Europe et en Amérique du Nord alors que dans la plupart des autres régions, la croissance serait modeste si on la mesure à l'aune du nombre de conventions collectives conclues (une augmentation de 25% contre un recul de 14%).
4. Sur la voie de l'égalité, le cheminement est en cours mais l'égalité demeure un grand enjeu pour de nombreuses organisations affiliées. Les femmes ne représentent que 36% des membres. Si un bon nombre de syndicats ont des programmes et politiques robustes pour attirer à eux les femmes et leur permettre de participer pleinement, ils sont numériquement insuffisants et l'engagement à l'égard d'une véritable égalité demeure trop timide.
5. Le journalisme numérique et en ligne est le type de journalisme qui connaît la croissance la plus élevée. Il attire de nombreux jeunes praticiens qui disposent des compétences numériques requises. Mais la télévision, les journaux et les radios de proximité, locales, indiquent également s'être développés dans les différentes régions au cours de la dernière décennie. Cependant, une bonne part de la croissance, notamment dans les médias numériques, est assortie de rémunérations peu élevées et de conditions de travail extrêmement précaires.
6. Si 80% des syndicats affilient des freelances, le taux d'affiliation des freelances n'a pas augmenté significativement au cours de la dernière décennie (de 22 à 24% des membres). Les syndicats ne parviennent pas à suivre le rythme de croissance du journalisme freelance. L'Amérique latine dénonce même un recul du nombre de membres freelances tout en témoignant sans ambages de la création d'emplois essentiellement freelances, dans les médias en ligne qui attirent les jeunes.
7. Les syndicats adaptent leurs politiques pour ouvrir leurs portes aux freelances, mais le font-ils pour les attirer et sont-ils à même de leur offrir de véritables services ?
8. La moitié de nos organisations syndicales ont une politique d'affiliation très ouverte, prête à recruter des acteurs des médias tels que des blogueurs, des techniciens, des chargés de relations publiques et des petits entrepreneurs. Cette initiative engendre-t-elle de nouvelles sources de revenus et de nouvelles occasions de syndicalisation, ou nous distrait-elle plutôt de l'affectation des ressources à nos membres majoritaires ?
9. L'ampleur des recherches doit être élargie pour aider à répondre à cette question et ainsi faire montre de stratégies de syndicalisation innovantes et couronnées de succès. Les syndicats

doivent réagir et trouver de nouvelles méthodes de syndicalisation qui soient à la fois attirantes et mobilisatrices des journalistes.

10. Alors que les syndicats en Europe et en Amérique latine semblent souffrir du vieillissement, ce n'est pas le cas en Asie, en Europe de l'Est et en Afrique. 75% des membres des instances exécutives ont moins de 51 ans.
11. Les recherches sur les besoins et aspirations des jeunes journalistes doivent également s'intensifier si les syndicats veulent adapter et attirer les générations à venir (seuls 23% des membres ont réalisé une telle recherche).
12. Les journalistes doivent se convaincre de :
 - a. la pertinence des organisations syndicales ;
 - b. de la capacité des organisations syndicales à améliorer leurs droits et conditions ;
 - c. de la capacité des organisations syndicales à ne pas porter préjudice à leurs perspectives de carrière.
13. Les 40% des organisations syndicales qui n'offrent pas encore de possibilités d'affiliation en ligne ne seront pas à même de relever le défi.
14. Les piliers traditionnels du programme de travail de la FIJ ont été reconfirmés par les personnes interviewées dans le cadre de l'enquête et la FIJ devrait poursuivre les projets et programmes qui s'inscrivent dans l'optique de ces résultats et des revendications des membres.

Recommandations

L'avenir du mouvement dépend de l'adaptation de nos modèles de syndicalisation pour recruter des jeunes journalistes qui connaissent des relations et des conditions d'emploi différentes. La FIJ doit aider ses membres à développer des programmes orientés vers :

1. la recherche sur
 - a. les besoins des jeunes journalistes,
 - b. les journalistes freelances, et
 - c. les journalistes ayant des conditions d'emploi précaires et peu orthodoxes,
 - d. les autres travailleurs des médias engagés dans le journalisme dont les droits et conditions doivent également être valorisés ;
2. la promotion de politiques pour les syndicats et les jeunes affiliés, en vue de développer de meilleures pratiques de recrutement, de rétention et des services tels des comités de jeunes, des catégories d'étudiants, des quotas au sein des instances dirigeantes, des possibilités de formation et de tutorat dédiées ;
3. le développement de services destinés aux freelances et aux jeunes journalistes ;
4. le développement de la communication et d'outils de campagne pour enrichir le message syndical, notamment parmi les jeunes ;

5. la promotion de campagnes qui portent sur des questions plus proches des jeunes telles que la faiblesse des rémunérations, la formation et les premiers droits reconnus par la législation du travail, les réglementations des stages qui s'enchaînent et s'accumulent, etc. ;
6. le développement de programmes pour engager de jeunes dirigeants dans le travail international et régional, pour les doter des compétences nécessaires au soutien des organisations syndicales à l'avenir ;
7. l'accompagnement des organisations syndicales à développer des bases numériques de données sur les membres et des méthodes plus efficaces de perception des cotisations et d'offre de services ;
8. organiser des activités de lobby sur le droit des syndicats à syndiquer et représenter les freelances et les travailleurs contractuels ;
9. doter les programmes nationaux d'objectifs de recrutement de nouveaux membres et de participation des jeunes journalistes et des journalistes femmes.