

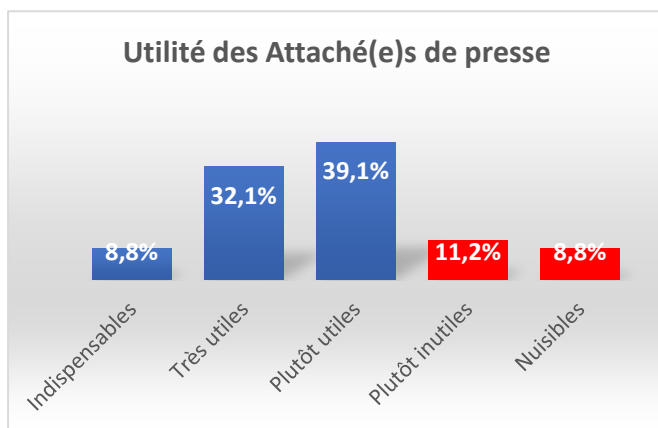
## Enquête Gootenberg

### Un journaliste sur 5 anticipe la disparition des attaché(e)s de presse d'ici à 10 ans

Paris, le 29/08/18 - L'agence Gootenberg, agence conseil en gestion de réputation, publie les résultats d'un sondage exclusif mené auprès d'un échantillon de journalistes issus de l'ensemble des médias français (print, web, audiovisuel)<sup>1</sup>. Ce sondage explore l'état des relations du journalisme avec le monde parallèle des attaché(e)s de presse.

Bien sûr, les journalistes semblent souffrir d'une certaine forme de harcèlement organisé par les RP. Mais, même s'ils sont souvent agacés par cette insistance, les professionnels des médias reconnaissent majoritairement dans les RP des alliés irremplaçables. Et le couple semble fait pour durer : Ainsi **80% des journalistes estiment-ils que le métier d'attaché(e) de presse ne sera pas impacté** par l'Intelligence Artificielle dans les 3 ans – et **moins d'un sur 5 (19%) anticipe leur disparition d'ici à 10 ans**.

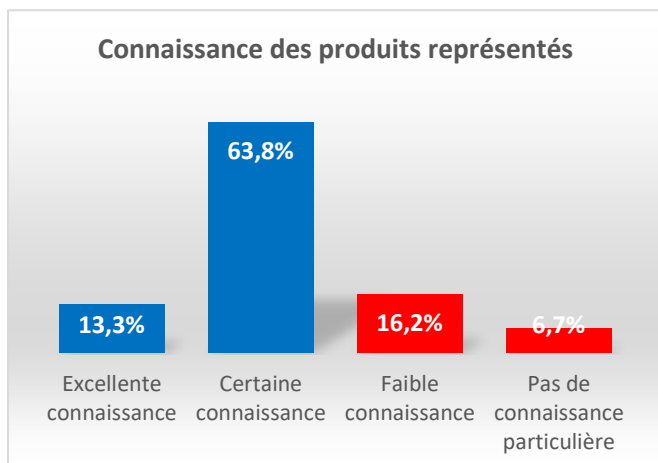
#### Des partenaires utiles et compétents



Questionnés sur l'utilité des RP pour l'exercice de leur métier, les journalistes admettent, à une forte majorité, que les attaché(e)s de presse leur rendent effectivement service.

Ainsi 80% d'entre eux les jugent utiles (très ou plutôt), voire indispensables, quand 20% seulement penchent pour un avis contraire.

Ce clivage se retrouve avec le jugement porté sur la connaissance - par les attaché(e)s de presse - des produits ou des marques qu'ils représentent.



77% des répondants attribuent à leurs partenaires RP une connaissance (excellente / certaine) de leurs clients, quand 23% d'entre eux l'estiment faible ou insuffisante.

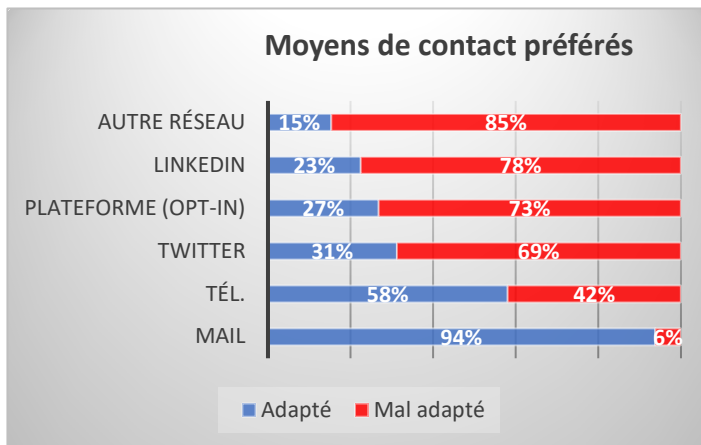
Et concernant l'insistance des attaché(e)s de presse, contrairement aux idées reçues, elle n'est pas perçue comme si déplacée par la majorité des journalistes : 58% jugent que leur fréquence de contacts avec les RP est (bien / assez bien) adaptée quand 42% seulement la jugent inappropriée.

Pour François Ramaget, associé-fondateur de

Gootenberg : « Même si les journalistes nous donnent souvent l'impression que nos informations les dérangent, nous sommes heureux de constater que notre pratique est largement perçue comme un apport de valeur pour l'exercice de leur métier. »

<sup>1</sup> 210 répondants, interrogés entre le 31/07 et le 28/08/2018 - Sondage en ligne proposé à un échantillon de journalistes des médias français recensés par la base horsantenne.com

## Pas de révolution en vue

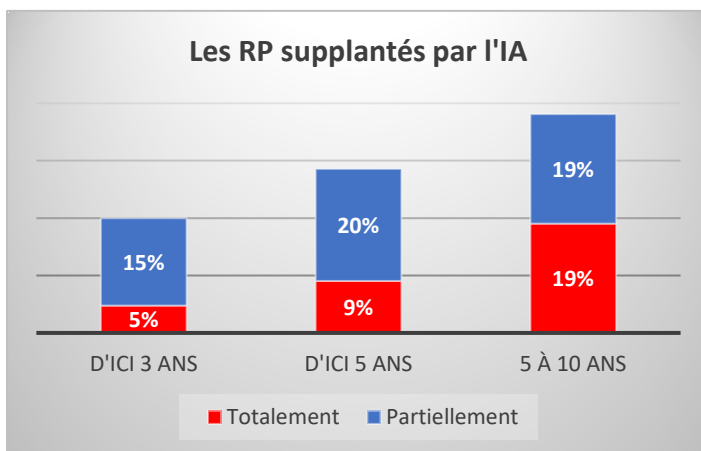


À l'heure de l'IA, faut-il s'attendre à une révolution de la transmission de l'information vers les rédactions ?

Ce ne semble pas être le cas dans l'immédiat car **l'écrasante majorité des journalistes (94%) continue de considérer le mail comme un moyen adapté pour les toucher** et 58% apprécient de recevoir un appel téléphonique.

En dehors de ces bonnes vieilles méthodes, aucun des moyens alternatifs suggérés (réseaux sociaux ou plateforme opt-in) n'obtient l'assentiment de plus de 30% des journalistes.

Et, pour le futur, questionnés sur le remplacement des attaché(e)s de presse par une solution basée sur l'Intelligence Artificielle, on observe que les journalistes se tiennent dans une réserve prudente :



- Seuls 20% d'entre eux estiment que le métier des RP sera impacté par l'IA d'ici 3 ans
- 29% estiment qu'il sera impacté d'ici 5 ans
- **38% estiment qu'il sera impacté sous 5 à 10 ans**
- **Mais seuls 19% envisagent qu'il soit totalement supplanté par l'IA**

Pour François Ramaget : « Alors que le métier des RP repose largement sur le ciblage, on aurait pu penser que les journalistes anticipent l'arrivée de solutions techniques intelligentes basées sur l'email marketing et les appels automatiques. Mais ils estiment majoritairement qu'aucune solution logicielle ne pourra remplacer le travail des attaché(e)s de presse. C'est sans doute que la culture de l'actualité et le sens relationnel des consultants RP sont des qualités difficilement reproductibles par les machines. »

## A propos de Gootenberg

[Gootenberg](#), agence de relations publics nouvelle génération, accompagne ses clients, entreprises et organisations, dans une stratégie de communication unifiée couvrant les médias traditionnels et les médias sociaux. Spécialiste des problématiques complexes, l'agence a développé une méthodologie exclusive, [Data PR](#), permettant la mise en place de programmes efficaces et mesurables selon des KPI objectifs.

Sa mission recouvre l'amélioration de la visibilité de marque et la gestion des situations sensibles. Elle intervient prioritairement sur les secteurs en mutation structurelle tels que les technologies de l'information, le conseil, les services et la transition énergétique. Membre du réseau [IPREX](#), l'agence permet aussi la mise en œuvre de programmes RP dédiés sur l'ensemble des grands marchés mondiaux

## Contact Presse

Agence Gootenberg

Beatrix Prades - [beatrix.prades@gootenberg.fr](mailto:beatrix.prades@gootenberg.fr) - 01 43 59 29 85