

Les métiers de la communication et du journalisme

Dossier n°5

Date de parution : Mars 2008

Sommaire :

- La communication
- Les métiers
- Quelques offres
- Les formations
- Le journalisme
- Les secteurs d'activités
- Quelques offres
- Les formations
- Parcours de formations à Tours
- Des professionnels à la loupe



La communication : les mille et un visages....

L'objectif de la communication pourrait être : faire connaître pour mieux vendre ou se vendre !

La communication est devenue un outil stratégique au service des entreprises et des organisations.

Les professionnels de la communication agissent dans tous les domaines : tourisme, commerce, industrie, publicité.

Ils sont à l'interface entre un client et une agence :

- aider à définir des objectifs
- être en relation avec des créatifs.

La communication recouvre des métiers très divers comme directeur de la communication, attaché de presse, journaliste d'entreprise, consultant en agence de communication.... Les profils les plus demandés : attachés de presse, chargés de communication événementielle et commerciaux. Les recruteurs cherchent avant tout des jeunes dotés d'une bonne culture générale et d'une solide formation technique.

Les qualités nécessaires :

Pour exercer dans ce domaine, il faut :

- de réelles capacités d'adaptation,



Posséder une bonne culture générale et une solide formation technique

- une certaine capacité d'organisation,
- avoir une excellente culture générale,
- être curieux, imaginatif, et dynamique,
- avoir un bon niveau en langue étrangère.

Les offres de postes au confluent de la communication et du journalisme sont de plus en plus nombreuses en entreprises ou dans les collectivités territoriales. Ces dernières ont d'ailleurs créé des services spécifiques pour mener des politiques ambitieuses en matière d'information et de communication.

La communication et les médias : des domaines qui attirent, qui font rêver mais qu'en est-il des débouchés ?

La santé du secteur communication suit celle de l'économie en général. La demande reste très liée à la vie des entreprises (communication de crise, communication internationale, communication financière, communication événementielle..).

Les cadres de la communication interviennent dans 4 grands domaines :

- La communication externe (publicité, relations presse, relations publiques et événementiel d'entreprise à des fins de promotion externe)
- La communication institutionnelle (auprès des médias sur des données économiques et financières relatives à l'activité de l'entreprise)
- La communication interne (en direction des salariés autour du projet d'entreprise, pour améliorer le climat social..)
- La communication on-line (actions liées au multimédia, site web, portails ,...)

Combien gagne-t-on dans la communication ?

En débutant il faut compter 1500 € brut mensuel.

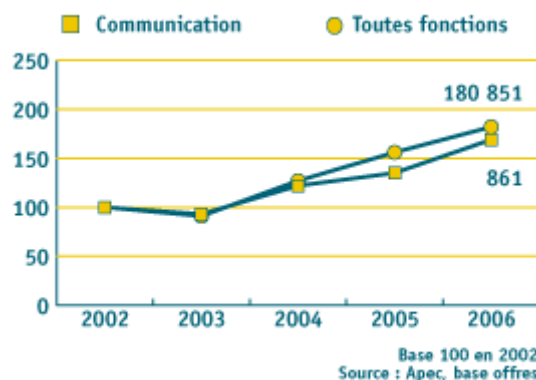
Le salaire médian global se situe (salaires + primes) à 161 500 € (allant de 74 000 € à 407 000 € annuels).

Le salaire d'un responsable de com' varie selon la taille des entreprises et l'expérience professionnelle. Ils sont compris entre 1 290 et 2 416 euros brut par mois (source : Apec).

L'augmentation de la demande en cadres de communication semble se poursuivre. La majorité des opportunités proposées est localisée en Ile-de-France.

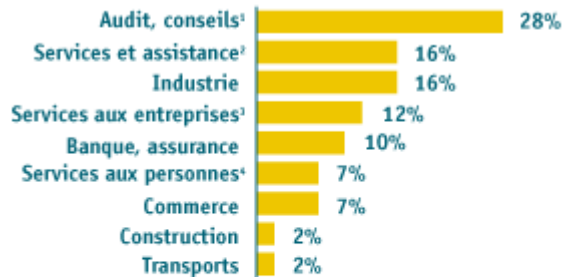


L'augmentation de la demande en cadres de communication se poursuit



Les secteurs qui recrutent

Les agences de communication, premiers recruteurs (dû au développement des métiers du multimédia).



Source : Apec, base offres 2006

¹Audit, conseils : cabinet de recrutement, publicité, activités juridiques et comptables, études de marchés

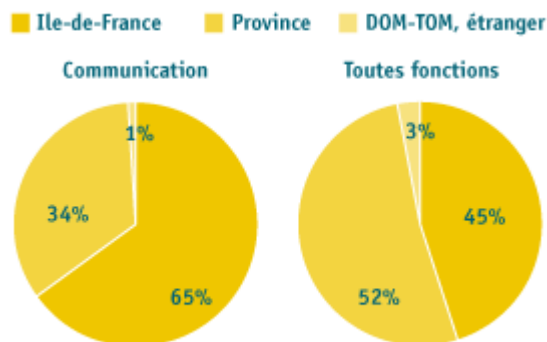
²Services et assistance : ingénierie, SSI, télécoms

³Services aux entreprises : travail temporaire, location, sécurité, nettoyage, etc.

⁴Services aux personnes : santé, action sociale, formation et enseignement

Les lieux de travail

La majorité des offres d'emploi en Ile-de-France



Source : Apec, base offres 2006

Les métiers

L'attaché de presse

Il est chargé de faire connaître une marque, une entreprise, une personnalité, un évènement aux médias.

C'est donc un message à transmettre vers l'extérieur.

Il sélectionne les informations à diffuser, rédige les communiqués ou les dossiers de presse et organise les évènements pour les journalistes.

Son profil :

Ce métier nécessite de très grandes qualités relationnelles et d'adaptation.

Le niveau d'études est au minimum un Bac + 2 – DUT communication des organisations ou une Licence professionnelle.



Transmettre un message pour promouvoir une entreprise



Avoir des qualités relationnelles est indispensable

Le chargé des relations publiques

Il doit assurer la promotion externe de l'entreprise auprès des consommateurs, clients, fournisseurs, actionnaires, banques.

Il propose et met en œuvre des actions de communication : expositions, conférences, journées portes-ouvertes etc...

Son profil :

Des qualités rédactionnelles sont indispensables pour ce poste.

Il est nécessaire de bien maîtriser une langue étrangère et d'avoir des qualités relationnelles évidentes.

Les chargés de relation publiques peuvent avoir un DUT de communication des organisations une licence professionnelle ou un master professionnel.

Le directeur de la communication

Il a la responsabilité globale de la communication. Il est rattaché à la direction d'une entreprise : c'est lui qui élabore la politique de la communication.

Il coordonne et supervise les différentes actions, met en œuvre les campagnes de com.

Son profil :

Le poste de directeur de communication nécessite d'avoir de l'expérience : débutant s'abstenir !

Il doit avoir des qualités relationnelles évidentes, de la diplomatie. Il doit parfaitement maîtriser tous les outils de communication notamment les nouvelles technologies. Son niveau de formation est minimum de BAC + 5.

Le CELSA reste la référence en matière de formation à la communication. Les Instituts d'études politiques sont très appréciés. Certains masters professionnels sont préparés dans les universités.

Le chargé de la communication interne

C'est une courroie de transmission entre la direction d'une entreprise et le personnel. Il définit la politique de communication vers les salariés mais aussi les responsables du personnel, les syndicats, le comité d'entreprise.

Il recueille et traite les informations utiles, et se charge de les diffuser aux salariés sous diverses formes :

- rédaction d'un journal interne
- accueil et intégration des nouveaux personnels
- affichage d'informations ponctuelles
- organisation de réunions

Il peut aussi permettre de faire « remonter » des informations des salariés vers la direction, en organisant des enquêtes d'opinions ou des entretiens.

Son profil :

Le responsable de la communication interne doit avoir une formation de niveau BAC + 5 - CELSA, IEP, écoles de commerce- ou un master professionnel.

Un assistant de communication interne peut avoir un BTS communication des entreprises ou un DUT Communication des organisations.

Une parfaite maîtrise de l'expression écrite et orale et des techniques informatiques sont nécessaires.

Une expérience en ressources humaines est très vivement conseillée.



Savoir communiquer auprès des salariés de l'entreprise

Le webmestre ou webmaster

Son rôle : gérer au quotidien le site internet et intranet de l'entreprise.

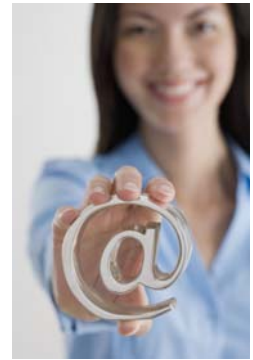
Il conçoit, rédige les contenus, assure la maintenance technique du site.

Dans une plus grande entreprise, le webmestre peut déléguer certaines tâches soit à des collègues –graphistes, webdesigners, techniciens – soit à une agence extérieure - une webagence.

Son profil :

- bien maîtriser les outils du web
- avoir de bonnes qualités relationnelles

Une formation en DUT Services et Réseaux de communication et une Licence Professionnelle sont nécessaires pour exercer dans ce domaine.



Le web ou l'intranet de l'entreprise sont devenus des médias incontournables pour communiquer

La communication ne peut faire l'impasse sur la publicité puisque la stratégie de communication est le préalable à la publicité.

En plus des messages, nous allons trouver les commerciaux et les créatifs.

LES CREATIFS

Ce sont eux qui donnent l'image de l'agence publicitaire.

Ils doivent pouvoir résumer et traduire d'une manière artistique la stratégie commerciale.

Le directeur artistique

Il coordonne l'élaboration de l'aspect visuel du message publicitaire avec le commercial et le rédacteur – concepteur.

Son profil :

- avoir une très bonne culture générale (niveau Bac +4 ou 5)
- avoir suivi une formation en arts déco ou arts appliqués
- avoir une bonne maîtrise de la PAO

Le concepteur-rédacteur

Il conçoit et rédige les messages. Il doit trouver la formule d'accroche, le slogan.

Son profil :

- avoir un bon niveau littéraire et artistique
- avoir une très bonne culture générale
- avoir une formation commerciale, de sciences politiques, de sciences économiques

Le chef de publicité

Il est le responsable des projets et se situe entre l'annonceur, les services techniques et les créatifs.

Il coordonne et anime les équipes, suit le budget et veille au respect du planning.

Son profil :

- avoir le goût du travail en équipe
- très bonnes qualités relationnelles, des qualités de rigueur et d'organisation.
- Les chefs de publicité sont souvent issus d'une école de commerce.



Définir l'identité visuelle de la marque dans la publicité

Exemple d'offres de stage ou d'emploi

Offre de stage : **Un assistant chargé de communication (H/F)**

Organisme : théâtre de l'Ante (ligue d'improvisation de Touraine) à Tours

Mission : Le Théâtre de l'Ante organise chaque été depuis plusieurs années une tournée à travers tout le département d'Indre et Loire. Afin de préparer au mieux ce projet de théâtre en nocturne et en extérieur, nous vous invitons à prendre rapidement contact avec nous. Vous participerez à la communication, vous assisterez le chargé de communication dans ses différentes missions ; affichage, contacts avec la presse, les radios, le public, visuels...La Tournée se déroule du 4 juillet au 23 Août en Touraine. Elle comprend une phase de préparation en mai et juin.

Profil : La durée du stage et ses modalités sont à définir lors de votre candidature. Capacité à s'intégrer et vivre au sein d'une équipe. Permis de conduire souhaité.

Offre d'emploi : **Chargé(e) de communication interne et externe H/F**

Société : ARAMICE

Lieu : Orléans

Salaire : 30-40 K' brut/an

Expérience : Expérimenté

Secteur d'activité : Informatique, multimédia, web

Nombre de salariés : 700 personnes

Présentation de la société : ARAMICE a pour vocation de mettre à disposition des groupes de Protection Sociale son expertise en Systèmes d'Information : informatique, bureautique et télécommunications

Libellé du poste : Chargé de communication interne et externe

Type de contrat : CDI

Domaine de compétence : Communication

Définition du poste ou du profil recherché : Au sein de la Direction des Pilotage et Supports, vous serez amené(e) à gérer la communication interne : organisation de la circulation de l'information, diffusion d'une information rapide et rigoureuse au sein de l'entreprise, élaboration et gestion des supports de communication (livret d'accueil, journal interne), organisation et animation des séminaires d'intégration, cercle de qualité et groupes de projet, suivi du budget, maîtrise de la mise en place d'un intranet et internet.

Vous serez également amené(e) à gérer la communication externe : intégration des données marketing pour construction d'une communication percutante, mise en place d'une stratégie promotionnelle du savoir-faire de l'entreprise, prise en charge de l'ensemble des actions de communication, gestion des relations avec les différents prestataires, diffusion de l'image de l'entreprise via l'ensemble des médias vers les publics concernés.

Diplômé(e) d'une formation bac+4 minimum option communication. Une expérience d'au moins 4 ans est exigée.

Maîtrise de Word, Excel, PowerPoint,...

Rigueur, excellent relationnel, sens du service, confidentialité sont vos atouts pour réussir dans ce poste.

Les formations en communication

Quelle que soit la voie que vous emprunterez, vous devrez arriver avec ce bagage minimum :

Une solide culture générale est nécessaire pour faciliter la polyvalence des fonctions

Une bonne maîtrise des techniques de communication, de la langue française et d'une autre langue (généralement l'anglais).

Une ouverture sur l'économie et le monde de l'entreprise

La communication peut s'exercer à des niveaux de responsabilité très différents.

BAC + 2 : DUT information et Communication, BTS communication des entreprises

BAC + 3 : Licences, Licences professionnelles

BAC + 5 : Masters

Le CELSA : L'Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication, le CELSA (Centre d'études littéraires supérieures appliquées) est la référence en matière de formation à la communication. Grande école au sein de l'Université Paris 4, son enseignement associe enseignement théorique et applications concrètes (corps enseignant composé à 90% de professionnels). L'accès au CELSA se fait uniquement sur concours et la sélection à l'entrée est rigoureuse. Plusieurs parcours de formation en communication sont proposés (communication des entreprises et des institutions ; marketing, publicité et communication ; communication, médias et médiatisation..).

Les Instituts d'Etudes Politiques

Les formations en IEP durent 5 ans. Certaines filières sont particulièrement dédiées à l'information et à la communication.

Les écoles de commerce

Les diplômés des grandes écoles de gestion sont très appréciés dans les services de communication d'entreprise. Une vingtaine d'écoles de commerce propose également des formations complémentaires spécialisées (recrutement à BAC + 4).

Les écoles privées.

Les écoles privées qui proposent un enseignement en relations publiques sont nombreuses. Comparez les prix, vérifiez la qualité de l'enseignement et la compétence de l'encadrement.



Le CELSA est rattaché
à l'université Paris IV
Sorbonne



L'Ecole de la
Communication de
Sciences Po a été
créée en 2007



37301 journalistes en France au 2/01/2008
Source : Commission carte d'identité des journalistes professionnelles

Les métiers du journalisme

Grand reporter, JRI, journaliste sportif : le journalisme fait toujours rêver !!!!

Presse écrite, agence, radio, télé et maintenant l'arrivée des médias numériques font de ce secteur des réalités très variées.

La tendance est à la baisse du nombre de journalistes dans les rédactions pour embaucher davantage de pigistes c'est-à-dire des personnes rémunérées à la tâche ou à la journée. Il faut souvent plusieurs années aux jeunes journalistes pour décrocher un CDD ou CDI.

Les nouveaux canaux d'information se multiplient

C'est dans la presse écrite que les journalistes sont les plus nombreux mais la presse écrite traverse une crise sans précédent (perte de lectorat, baisse de recettes publicitaires) surtout la PQN (presse quotidienne nationale). Seuls les news magazines, la presse people et les titres économiques tirent leurs épingles du jeu. Les recrutements se font au compte-gouttes, les effectifs se réduisent.

La montée en puissance des blogs suscite une réelle inquiétude : le journaliste devient un agrégateur d'infos, crainte d'un monde sans journalistes. Le manque de visibilité prévaut et la précarité est au rendez-vous des débutants.

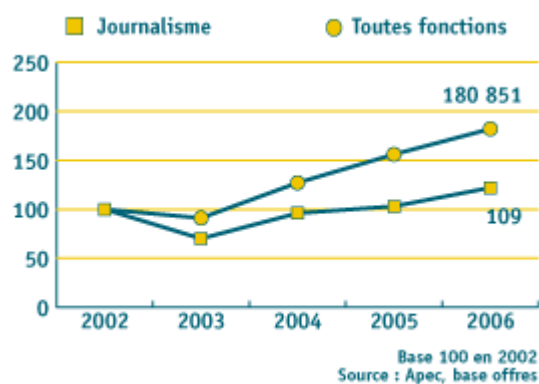
Qualités requises : pluridisciplinarité et capacité d'adaptation

Les cadres du journalisme se consacrent à la conquête, au traitement et à la production d'informations.

Au métier de journaliste correspond tout d'abord un statut : il faut détenir une carte professionnelle et respecter un certain nombre de règles éthiques pour être journaliste et bénéficier des avantages propres au métier. Cependant, d'autres collaborateurs salariés ou non salariés, ne possédant pas la carte de presse, peuvent être considérés comme journalistes. Par exemple, les journalistes d'entreprise ainsi que les journalistes on line.

Evolution des offres d'emploi depuis cinq ans

Léger redressement des offres d'emploi



Les salaires :

L'analyse des rémunérations proposées dans les offres d'emploi publiées sur Apec.fr en journalisme montre qu'il y a peu de marge de manoeuvre pour les candidats pour négocier leur salaire à l'embauche.

La rémunération médiane de la fonction journalisme est de 30 K€, la moitié des salaires mentionnés dans les offres est supérieure à 30 K€, l'autre moitié est inférieure. En outre, 80% des rémunérations s'inscrivent dans un éventail allant de 25 à 44 K€, soit une fourchette de salaires en retrait par rapport à celle de l'ensemble des offres (source Apec)



L'AFP compte près de 2900 collaborateurs de 81 nationalités différentes.

Où peut-on trouver des journalistes ?

Dans une agence de presse

On ne les voit pas mais ils sont à la source de la diffusion des informations.

Il est nécessaire d'être très rigoureux pour assumer ce rôle.

La pratique des langues étrangères est très utile pour comprendre et traduire les informations de l'étranger.

Dans la presse écrite

Dans la presse écrite nationale, on trouvera des rédacteurs et des reporters.

Le rédacteur sera plus sédentaire. C'est d'abord un écrivain qui rend compte de l'information.

Le reporter sera davantage sur le terrain. Il peut être envoyé spécial pour couvrir un évènement particulier ou correspondant permanent c'est-à-dire expert d'un domaine ou d'une région du monde.

Le chef de rubrique sera un rédacteur spécialisé pour l'ensemble rédactionnel d'une rubrique. Il coordonne les sujets, fait les choix et prend les décisions.

Dans l'audiovisuel

La télévision, et la radio constituent les 2 supports de l'audio-visuel.

A la télé, c'est l'image qui prime. Le travail se fera en équipe entre le reporter, le caméraman et le preneur de son.

Le Journaliste Reporter d'Image (JRI) fait lui-même la prise de vue, l'enregistrement et l'interview. Il monte et mixe lui-même.

Le présentateur organisera son édition à partir des choix et de l'ordre des sujets décidés en conférence de rédaction.

A la radio, c'est le son qui prime.

La aussi, le présentateur va animer un journal radio.

Les reporters partent sur le terrain pour recueillir les témoignages.

Les qualités nécessaires dans l'audio-visuel sont bien sûr les facilités d'élocution.

Il faut d'autre part être très réactif sur les évènements.

Le journaliste web

Le traitement de l'information doit être très rapide et concise. Le webjournaliste doit combiner l'image, le son, et le texte.

Exemples d'offre de stage ou d'emploi

Offre de stage : **journaliste rédacteur H/F (Paris)**

Business Digest est un mensuel sur le management et la stratégie d'entreprise,



Le pool de JRI de France2 compte près de 80 journalistes, c'est le service le plus important en terme d'effectif.



La presse hebdomadaire régionale s'engage à publier de l'information de qualité, à défendre la liberté de l'information, à respecter les personnes et à renforcer les valeurs qui fondent la démocratie.

dont les lecteurs sont des dirigeants de multinationales.

Missions : constituer des dossiers de presse sur des thématiques relatives au management et stratégie d'entreprise, rédiger des brèves, se rendre à des conférences de presse et autres rencontres et effectuer des comptes-rendus écrits de ces événements, assister la rédaction en chef de manière active, notamment lors des bouclages (relecture, aide à la titraille..), effectuer des synthèses de textes (chapitres de livres ou articles de presse académique) sur le management et éventuellement effectuer des interviews téléphoniques

Profil : Le stagiaire doit impérativement avoir un très bon niveau d'anglais et être très motivé dans son projet professionnel en journalisme. Parfaitement intégré à la rédaction, il aura l'occasion s'il prouve sa motivation et progresse vite de signer des articles.

Offre d'emploi : **Journaliste rédacteur junior H/F**

Société : Reed Business Information est une société de Presse, édition, formation professionnelle et Data Services .Elle développe pour ses clients, professionnels de secteurs variés, une large palette de produits d'information professionnelle : magazines, livres, Cédéroms, formations et conférences, espaces publicitaires, événements mais aussi newsletters, sites web, bases documentaires et annuaire en ligne...

Lieu : Issy les Moulineaux **Salaire** : à négocier **Expérience** :débutant

Missions : Vous couvrez le secteur de la protection de l'enfance, des personnes âgées et handicapées, de l'insertion et rédigez des articles pour notre mensuel, veille, proposition de sujet d'articles de dossier, recherche et sélection d'informations, rédaction d'articles techniques, de brèves, d'enquêtes et reportages. Vous assurez aussi la rédaction de notre newsletter électronique hebdomadaire.

Profil : Etudiant(e) en école de journalisme (ESJ, CFPJ, IPJ, Celsa..), vous justifiez d'une première expérience (stages, piges). Dotée d'une bonne aisance rédactionnelle, rigoureux(se) pour portez de l'intérêt au secteur social, savez travailler en équipe et appréciez de traiter une information pointue et technique. Une formation juridique serait un plus.

Les formations en journalisme (de bac+2 à bac+6)

Les formations peuvent s'acquérir par l'université ou par des écoles spécialisées.

Le 1^{er} niveau de formation est un DUT information-communication – option journalisme.

Il est recommandé de poursuivre en Licence professionnelle de journalisme.

A l'université, on peut continuer en master en 2 ans après une licence.

Les écoles reconnues par la convention collective sont au nombre de 12 :

8 formations publiques

- 2 IUT (Tours et Lannion)
- L'Institut de Journalism de Bordeaux Aquitaine (IJBA)
- CUEJ de Strasbourg

- CELSA - Paris
- L'Ecole de journalisme et de communication de Marseille (EJCM)
- L'Institut de la communication et des médias (ICM) – Grenoble
- L'Institut français de presse (IFP) – Paris

4 écoles privées

- Centre de Formation des journalistes (CFJ) – Paris
- L'Ecole Supérieure de journalisme (ESJ) – Lille
- L'Institut pratique de journalisme (IPJ) - Paris
- L'Ecole de journalisme de Toulouse (EJT)

La sélection dans ces écoles est sévère : elle est basée sur des épreuves de français, de culture générale, de langues et une épreuve pratique.

Trois écoles (CFJ, ESJ, IPJ) se sont associées pour organiser un concours d'entrée commun : le PEMEP (Promotion de l'Enseignement des Métiers de Presse et Communication)

www.concourspemep.com

Une nouveauté : le Centre de Formation des Journalistes (CFJ) de Paris propose une formation en apprentissage depuis cette année.

Les Instituts d'Etudes Politiques : formation classique en IEP, le master de journalisme à l'IEP Paris ou le double cursus.

Les formations à TOURS

- DUT Information et Communication Option :
 - Communication des entreprises
 - Gestion de l'information et du document dans les organisations
 - Journalisme
- DUT Service et Réseaux de Communication (Blois)
- Licence professionnelle Activités et Techniques de Communication spécialité :
 - Communication visuelle en partenariat avec l'école Brassart de Tours (école d'art appliqué dans les domaines de la communication visuelle).
 - Conception et réalisation de services et produits multimédia (Blois)
 - Journalisme
- Licence professionnelle ressources documentaires et bases de données spécialité : management de l'information
- Licence professionnelle développement et protection du patrimoine culturel spécialité : médiation scientifique et éducation à l'environnement



L'IPJ est la première école de journalisme en France à ouvrir son diplôme à la formation par l'apprentissage.



La formation en journalisme de l'IUT de Tours est reconnue par la Commission paritaire nationale pour l'emploi des journalistes (CPNEJ)

Sources documentaires

<http://apec.fr>

<http://www.onisep.fr>

Fiches Actuel CIDJ

Revue Parcours :
Journalisme et
communication - ONISEP

Les métiers du journalisme -
Guide de L'Etudiant

Les métiers de la
communication - Guide de
l'Etudiant

Des professionnels à la loupe

Jean BREILLAT, titulaire de la fonction publique territoriale, est responsable de la communication de la ville de Tours. Il pilote la communication externe, la communication événementielle et les relations avec la presse. Après un DESS de l'Institut d'administration des entreprises (IAE) et une expérience de professeur de français, le goût pour l'écriture, pour la notion de service public et son sens du relationnel ont poussé Jean Breillat vers la communication locale.

Quelles sont les compétences requises pour travailler dans la communication :
« Les compétences essentielles dans mon métier sont les connaissances du milieu institutionnel et les enjeux politiques ; les connaissances techniques (chaîne graphique..), la maîtrise des enjeux stratégiques de la communication publique, avoir un esprit de synthèse, une bonne culture générale, de la curiosité, de la disponibilité, le sens du contact et une capacité d'adaptation. »

Que va devenir la communication dans 5 ans : « Le métier va entrer dans les prochaines années dans une professionnalisation de plus en plus accrue, la stratégie du multimédia et l'interactivité (internet et modes de consultation divers) seront au cœur de la problématique. La communication événementielle va monter en puissance ! »

Y a-t-il un parcours idéal : « Il n'y en a pas..il faut selon moi défendre une diversité de parcours et de profil contre l'idée d'un statut standardisé et fermé celui des grandes écoles seulement ou du concours ! Cela dit, droit/sciences politiques, et Celsa ou Master en communication publique sont (notamment) des voies « légitimes » pour assumer plus tard ces fonctions, avec la nécessité d'avoir un « socle » solide de culture générale à la base...Connaitre l'environnement des collectivités et avoir une formation en publicité/com sont indispensables. C'est un métier.

Thierry NOEL, journaliste à la Nouvelle République :

« Un journaliste doit avoir de la rigueur, un esprit de synthèse, de la résistance physique, une ouverture au monde et aux autres, un esprit critique. Le journalisme va évoluer vers le plurimédia : presse écrite, télé, internet. La polyvalence va être accrue. »

Y a-t-il un parcours idéal : « Les écoles professionnelles évidemment mais nécessité d'avoir une forte culture générale. Heureusement il n'y a pas de parcours tout tracé. Les vocations peuvent naître à partir de la simple fonction de correspondant local qui peut être une bonne base de formation.

Que pensez-vous des journaux gratuits : « Ils vont continuer à se développer. Certains groupes de presse ont d'ailleurs investi pour organiser la concurrence. Au fil du temps, leur contenu s'améliore.

Y a-t-il une crise de l'information en France : « La crise de la presse ne date pas d'hier et elle a plusieurs causes...L'information ne me semble pas en crise. Elle est multiforme. Aujourd'hui, l'instantanéité de la transmission – grâce à Internet et aux satellites- permet de multiplier les sources. »

SUIO
Service Universitaire
d'Information et
d'Orientation

Adresse
116 bd Béranger
37000 Tours Cedex

Contacts
Tél. 02 47 36 81 70
Fax 02 47 36 81 77
Mèl : scuio@univ-tours.fr
Web : suio.univ-tours.fr

