

THE CONVERSATION

The Conversation France

Présentation du média

Qui sommes-nous ?

Un **média d'information généraliste**

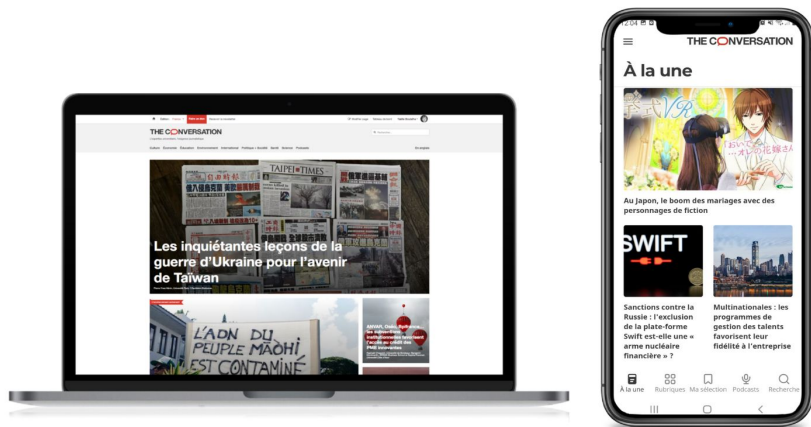
Collaboratif (**journalistes et chercheurs travaillent ensemble**)

Pour proposer des articles et des contenus d'**analyse et de décryptage**

Republiables par d'autres médias

Un **modèle associatif** à but non lucratif

Indépendant, **gratuit et sans publicité**

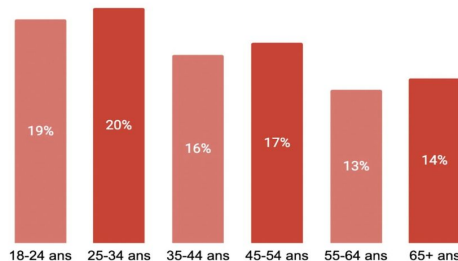


Qui sont nos lecteurs ?

Nos lecteurs se répartissent équitablement entre hommes (51 %) et femmes (49 %).

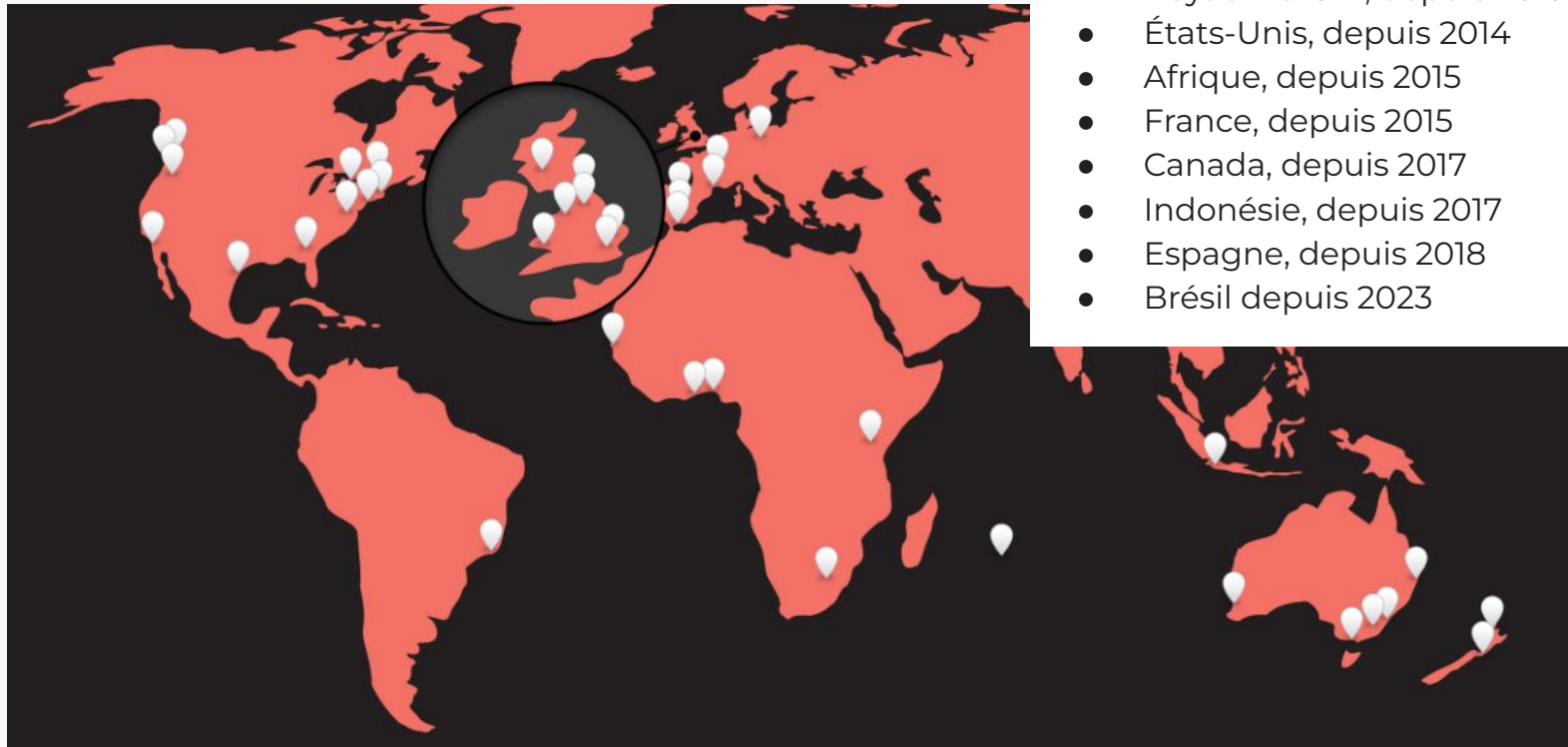
Nous touchons le grand public et couvrons un large éventail d'âges avec plus de 56 % de lecteurs âgés de moins de 44 ans.

Répartition de l'âge de nos lecteurs



Source : Google Analytics, mars 2024 (depuis le début d'année)

Un réseau international



Une mission d'intérêt général

- 
- ⇒ Enrichir le paysage de l'information **en proposant des contenus d'analyse et de mise en perspective qui s'appuient sur de l'expertise scientifique mais en restant accessibles pour le grand public**
 - ⇒ Faire entendre la **voix des enseignants-chercheurs** dans le débat public
 - ⇒ **Éclairer l'actualité** par de l'expertise fiable et en s'appuyant sur des travaux de recherche
 - ⇒ **Diffuser le savoir vers le plus grand nombre**, à travers les republications par d'autres médias

L'audience

Accessibles gratuitement sur le site,
les articles de The Conversation sont
également librement republiables
grâce à la licence

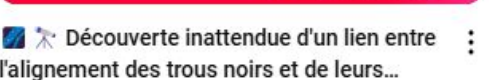
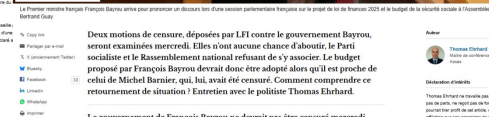
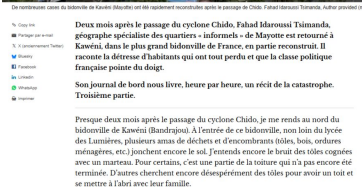
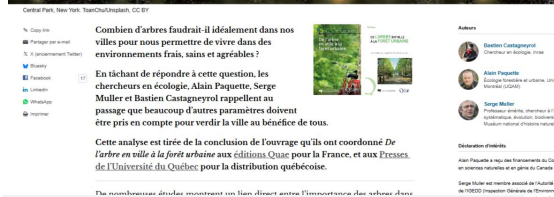


**Ils sont ainsi régulièrement repris par
différents médias qui s'engagent à
les reprendre dans leurs intégralité
et sans modification.**



Nos contenus

- Articles
(6 000 à 8 000 signes)
- Interviews
(pour rebondir sur une actualité
"chaude")
- Enquêtes
(série d'articles sur un même
sujet)
- Vidéos
(vidéos courtes, "explainers",
interviews)



Nos newsletters

- La quotidienne
- Ici la Terre
- Et surtout la santé
- Entreprises
- Le débrief
- Week-end
- The Conversation Europe

La newsletter quotidienne

En semaine et dimanche

Chaque jour, du lundi au samedi, recevez les analyses, décryptages et chroniques de nos auteurs et enseignants-chercheurs. Pour un autre regard sur l'actualité, prenez part à The Conversation !

[Abonné-e](#) [Aperçu](#)



Le Débrief

NEWSLETTER

HEBDOMADAIRE - SAMEDI

Chaque samedi, un éclairage original et décalé (articles, quiz, vidéos...) pour mieux comprendre le monde qui nous entoure.

[Abonné-e](#) [Aperçu](#)

Newsletter du weekend

NEWSLETTER

HEBDOMADAIRE - DIMANCHE

Le dimanche, le focus sur un sujet qui fait l'actualité, et une fois par mois le best-of des articles qu'il ne fallait pas manquer.

[Sélectionner](#) [Aperçu](#)

Ici la Terre

NEWSLETTER

HEBDOMADAIRE - JEUDI

Chaque jeudi, retour sur l'actualité environnementale et les dernières recherches scientifiques sur le sujet.

[Sélectionner](#) [Aperçu](#)

Et surtout la santé !

NEWSLETTER

HEBDOMADAIRE - MARDI

Chaque mardi, enrichissez vos connaissances sur la santé avec des thèmes variés : nutrition, psychologie, nouvelles thérapies...

[Abonné-e](#) [Aperçu](#)

Entreprise(s)

NEWSLETTER

HEBDOMADAIRE - LUNDI

Chaque lundi, des informations utiles pour votre carrière et tout ce qui concerne la vie de l'entreprise (stratégie, RH marketing, finance...)

[Abonné-e](#) [Aperçu](#)

Europe

NEWSLETTER

WEEKLY - THURSDAY

The best from our European scholars in a weekly digest.

[Abonné-e](#) [Aperçu](#)

Comment nous travaillons ?

1. Prise de contact par nos journalistes ou propositions spontanées de la part des chercheurs
2. Discussion éditoriale autour de l'angle de l'article et de son déroulé
3. Envoi d'une première version par l'auteur et travail d'editing avec nos journalistes
4. **Validation systématique de l'article par l'auteur avant sa publication**
5. Publication sur le site, dans nos newsletters et promotion de l'article auprès des médias republieurs
6. Accès au suivi de l'audience dans un tableau de bord
7. Possibilité de partager les impacts et les retombées suite à la parution de son article

The collage illustrates the workflow of the organization, showing various stages from initial contact to final publication and audience tracking.

- Google Doc:** A document titled "Le télétravail est-il devenu le bouc émissaire des entreprises en difficulté ?" with a list of collaborators and a section for "Les personnes interrogées".
- Medium Article:** A screenshot of a Medium article titled "Le télétravail est-il devenu le bouc émissaire des entreprises en difficulté ?" with a list of collaborators and a section for "Les personnes interrogées".
- Le Point Article:** A screenshot of a Le Point article titled "Le télétravail est-il devenu le bouc émissaire des entreprises en difficulté ?" with a list of collaborators and a section for "Les personnes interrogées".
- Video Conference:** A screenshot of a video conference with several participants, including a man in a suit and a woman in a blue shirt.
- Survey Form:** A screenshot of a survey form titled "Qu'est-il arrivé après avoir écrit pour The Conversation ?" with a list of questions and a section for "Les personnes interrogées".
- Dashboard:** A screenshot of a dashboard titled "Vue d'ensemble - tous les articles" showing various metrics and a pie chart.

Ce que cela peut apporter aux enseignants-chercheurs

- Possibilité de partager son expertise auprès d'un large public de façon sereine
- Accompagnement par des journalistes professionnels pour écrire des articles à destination du grand public
- Audiences décuplées via les republications par d'autres médias
- Expertise mieux identifiée par les médias et les acteurs institutionnels, professionnels et associatifs



6%

des auteurs sont contactés par un décideur politique



14%

des auteurs ont des possibilités de collaboration avec d'autres universités



5%

des auteurs sont invités à contribuer à des travaux parlementaires



13%

des auteurs voient leurs articles scientifiques cités davantage



29%

des auteurs sont invités à prendre la parole à des conférences



11%

des auteurs utilisent The Conversation lorsqu'ils sollicitent des subventions ou des financements



25%

des auteurs sont contactés par une entreprise, une ONG, une association



53%

des auteurs sont contactés par d'autres médias

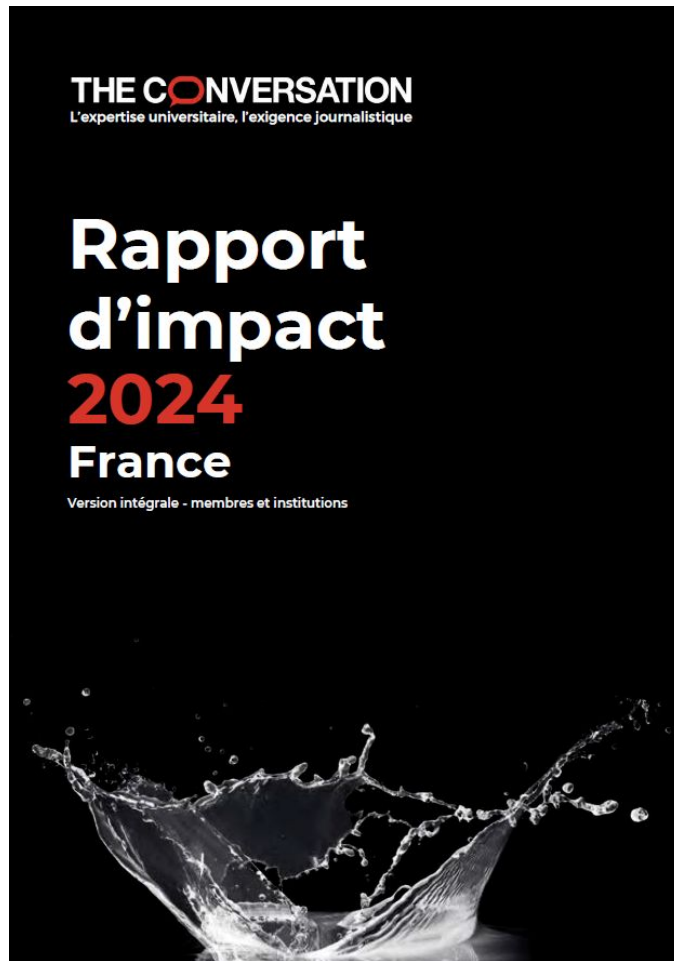
L'impact

Au-delà des pages vues, les auteurs de The Conversation sont régulièrement sollicités par des médias audiovisuels, des acteurs institutionnels et/ou professionnels.

En 2024, ce sont plus de 560 impacts qui ont été recensés.

Découvrez notre rapport d'impact 2024 :

[Rapport d'impact 2024](#)



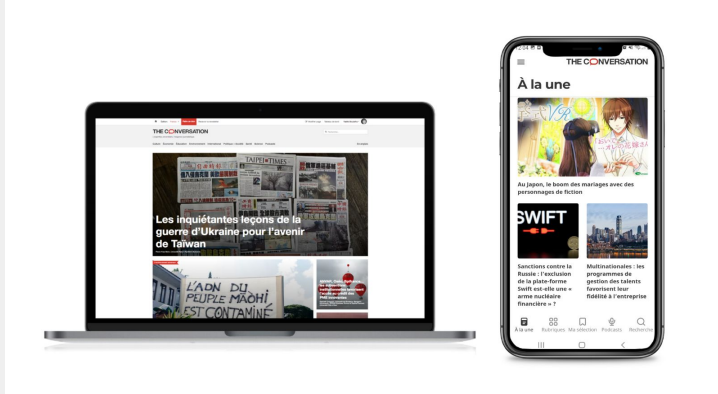
Notre équipe



- 1 directeur de la rédaction et 1 rédactrice en chef pour coordonner la rédaction
- 15 journalistes pour accompagner les enseignants-chercheurs dans l'écriture de leurs articles
- 1 journaliste dédié à la réalisation des contenus vidéo
- 1 coordinatrice éditoriale pour s'assurer de la dynamique éditoriale avec nos établissements membres
- 2 personnes pour assurer la promotion des articles sur les réseaux sociaux et auprès des médias republieurs
- 2 personnes pour animer notre réseau de soutien et gérer l'association



Nos chiffres-clés ...



- **5 millions** de pages vues par mois,
- 5 newsletters,
- **140.000 abonnés**,
- **19.000 articles** publiés depuis 2015,
- Plus de 11 000 auteurs référencés.



- 61.000 followers Meta - Facebook
- 16.000 abonnés LinkedIn
- 15.000 followers Instagram
- 5.200 abonnés Bluesky (abandon de Twitter en novembre 2024)

THE CONVERSATION

Nous contacter

Pour proposer une idée d'article

<https://theconversation.com/fr/pitches/authors/new>

Pour toute question sur The Conversation :

Antoine Faure, Adjoint direction générale

antoine.faure@theconversation.fr

