

Journaliste

RNCP35743 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	321
Formacode(s)	46325
Code(s) ROME	L1103, E1106, E1205, E1104, L1505
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	08/07/2021
Date d'échéance	08/07/2024

Certificateur(s)

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

INSTITUT INTERNATIONAL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT · SIRET : 31814740200099

Partenaires habilités

7 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 6 à former et organiser l'évaluation et 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
CNJ44	88784405800016	Former
COM'FORMATIONS	81249236100033	Former et organiser l'évaluation
ESJ DEVELOPPEMENT	50862868200017	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600140	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600165	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600173	Former et organiser l'évaluation
MY SCHOOL FORMATIONS	90971596300015	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'information reste le contenu qui intéresse le plus le grand public. Les canaux d'information, l'augmentation des médias digitaux ont exigé en premier lieu une adaptabilité des journalistes à la vitesse et aux modes d'écriture liés à la viralité, à s'inscrire dans une époque du « bruit informationnel ». Le référentiel d'activités et de compétences enregistré au RNCP pour le titre certifié de niveau 6 "Journaliste" a déjà pris en compte cette évolution du métier de journaliste. Le changement dans les modes de consommation a donné naissance à de nouveaux modèles économiques et remis en question non seulement les métiers liés à l'information, mais aussi le référentiel métier du journaliste, en exigeant de nouvelles compétences, sans compter une propension à la création de rédactions en ligne. D'un modèle « broadcast », les métiers de l'information sont passés à une logique de production accrue de contenus et plus particulièrement de contenus plurimédia, une information déclinable sur différents formats, selon le canal de diffusion.

Différents facteurs ont favorisé cette évolution :

- Facteurs technologiques et techniques :

Les évolutions technologiques et techniques ont modifié les habitudes de consommation (création de sites sous Wordpress, l'information accessible sur Android et Smartphones, le montage depuis le téléphone portable, l'agencement des plateaux TV, les ordinateurs au sein des studios radio, la radio filmée...), la Suite Adobe, l'évolution des logiciels de montage image/son, l'utilisation de la vidéo à la suite des photos sur les réseaux sociaux (twitter), la production simultanée d'images, de sons et de contenus écrits/web dans la diffusion d'une information, l'utilisation de MOJO (Mobile Journalism) Les modes de consommation évoluent avec la pratique Replay, la multiplicité des chaînes d'information accessibles via les écrans tablettes, téléphones portables, la vitesse à laquelle un site d'information se lance (l'exemple du Virus de l'Information, plateforme de contenus couvrant la situation sanitaire)

- L'accélération de la "bascule" numérique et sociale :

L'avènement des podcasts, du web documentaire, l'expansion de contenus sur YouTube et l'intensification des publications sur le web ont exigé de soigner la mise en forme et la scénarisation du contenu, en faisant appel à la créativité et l'innovation (formats vidéo type BRUT, sans sonore, avec une écriture inclusive). Les médias se diversifient et innovent (Le Monde sur Snapchat Discover, les Stories de rédactions sur Instagram, les podcasts de l'Equipe). La demande en ressources numériques explose (VOD, presse). Les interactions se développent grâce aux plateformes collaboratives. La covid a rapproché le journaliste des lecteurs/internautes/auditeurs.

- L'évolution de la relation unilatérale vers une relation d'interactions :

Le journalisme conversationnel crée du lien entre journalistes et lecteurs (L'Equipe) Un exemple illustre parfaitement l'adaptation du marché aux usages, avec la création de nouveaux postes : « Le Monde » et la création de son premier poste de Direction des relations avec les lecteurs du Monde « La covid » balaye toutes les autres actualités. Les journalistes retournent aux fondamentaux du métier : expliquer, enquêter et vérifier l'information. Sous contrainte sanitaire, leurs pratiques journalistiques évoluent. Deux tendances de fonds s'accroissent : l'émergence d'un journalisme de solution et la co-construction de l'information avec le public.

- Les facteurs économiques :

L'élargissement des GAFA en GAFAM (les géants du Web : Google, Amazon, FB, Apple et Microsoft nommés les Big Five, les dominateurs du marché numérique), le développement des contenus sur YouTube et les Réseaux Sociaux - Le marché de la presse écrite, audiovisuelle et web a évolué fortement. L'emploi en web est en croissance chez les nouveaux entrants sur le marché.

Le nombre de cartes de journalistes professionnels attribuées en France

reste en 2019 sur la crête des 35 000 cartes, dont 449 journalistes honoraires.

- L'évolution du contexte politique et social :

La menace pesant sur la diversité des médias en Europe (rapport entre la santé des écosystèmes européens médiatiques et les menaces au pluralisme), la Map of Risks per country de l'European University Institute de 2020 démontre la fragilité due à la concentration des médias, la perception controversée de la Liberté de la Presse.

Le métier devient dangereux (violence à l'égard des journalistes durant les grèves des Gilets Jaunes), défiance à l'égard des médias (manque de transparence et parfois opacité sur l'appartenance des groupes médias) Le contexte chaotique des deux dernières années : Gilets Jaunes, crise sanitaire COVID) renforcent une méfiance du Public envers les médias et l'étendue ravageuse de la désinformation (l'exemple du Politique avec les tweets de l'ex Président américain, fake news...) ont pour effet de rappeler la compétence de vérification des sources et des acteurs de prise de parole. En 2020 et pour la première fois, l'actualité covid balaye tous les autres sujets. Entre le 18 janvier et le 3 juillet 2020, le coronavirus SARS-CoV-2 fait l'objet de 8 466 sujets soit 50 sujets en moyenne par jour dans les JT de 20 heures. Cela constitue

60% de l'offre d'information globale du 1er semestre en nombre de sujets.

Les JT du 20h se rallongent. Leur durée totale passe de 59 heures et 16 minutes en janvier à 86 heures et 31 minutes en mars (+54 %). La période COVID, en première semaine du confinement, révèle 378 heures d'informations diffusées sur les chaînes d'info et plus de 400 heures la semaine suivante avec 19000 sujets consacrés à la crise sanitaire chaque jour (source INA).

Un journalisme de « solutions » se développe avec un groupement de journalistes spécialisés dans le « sojo », et la naissance du collectif Antidotes sur les réseaux sociaux Twitter et Facebook. So Good, conçu par SO PRESS souligne les initiatives des personnes et des collectifs. Le journalisme redevient créatif. Les grands médias adaptent leur ligne éditoriale. La frontière entre lecteur, auditeur, téléspectateur s'estompe car la production de contenu numérique exige des contraintes de diffusion simultanée ou en différé sur des supports différents. L'émission de radio est filmée, le JT (journal télévisé) renvoie à un portail web pour approfondir une information, un article est relayé sur les réseaux sociaux, un titre peut envoyer une notification sur une application mobile...

Sur le plan de l'organisation, le passage en télétravail démontre l'adaptabilité des outils informatiques dont disposent

les titres. Les newsrooms se multiplient, tout converge pour accélérer le report de l'activité des titres sur le numérique. Au regard des mutations et de l'évolution du métier, on pourra se référer à la parution de nombreux rapports, articles, dossiers sur l'évolution du métier

réalisés par : la CNPEJ, l'étude Technologia du SNJ sur le Numérique, la Revue Française des Sciences de l'Information et de la communication sur un journalisme à l'épreuve des dispositifs socio-numériques d'information, le rapport de l'Europe sur les Défis et perspectives pour les médias et le journalisme d'information.

Les exigences des employeurs en matière de compétences sont plus fortes. La révolution numérique représente un défi en termes de modèle économique, d'innovation éditoriale, de changement d'organisation, d'évolution des frontières de métiers, de stratégie marketing, de nouveaux besoins de compétences.

Le journaliste a dû s'adapter à tous ces phénomènes. Depuis la cohorte, sortie en 2016, l'ISCPA forme à la préparation des compétences de niveau 6, adaptées au réel besoin du marché : Le journaliste producteur de contenus a dû se doter, dans l'exercice de son métier, de nouvelles compétences, en plus des compétences classiques et intrinsèques à la profession :

- pour répondre à la demande de « production journalistique plurimédia »,
- pour être

capable de proposer un format pour chaque projet éditorial ou pour la création d'un nouveau média/projet innovant,

- pour être capable de scénariser le contenu éditorial, tout en possédant les compétences socle d'un journaliste sur le plan de l'éthique et de la technicité du métier.

Les

nouveaux besoins en compétences plus complexes, sont à l'origine du besoin du renouvellement de la certification, car le journalisme se transforme et se réinvente. Après avoir été bousculé, le secteur a vu émerger de nouveaux acteurs et de nouvelles pratiques de production de l'information. La part du web augmente considérablement et fait une large place aux sites d'information. Les activités principales sont la veille permanente, de nature éditoriale, de préparation et de production journalistique et de valorisation. Les activités se déclinent en compétences spécifiques au métier de journaliste.

ACTIVITÉS VISÉES

ACTIVITE 1 : conduire une veille à des fins de traitement journalistique avant de concevoir un contenu éditorial.

L'accessibilité à des données de masse sur Internet et les réseaux sociaux est plus rapide et représente un danger de prolifération de désinformation.

ACTIVITE 2 : proposer des thèmes/sujets en conférence de rédaction et de leur traitement journalistique avant la production d'un contenu éditorial.

Le Journaliste éditorialise et scénarise le contenu, grâce à une technicité venant servir la qualité de sa production et suscitant l'intérêt des lecteurs/auditeurs/internautes.

ACTIVITE 3 : produire un contenu journalistique, destiné aux formats print, digital, sonore ou image d'un contenu éditorial.

Les compétences transversales classiques selon les codes de la profession ainsi que les compétences spécifiques aux médias presse écrite/presse en ligne, radio/TV, propres à la régionalisation du média (national, régional, local, international) et selon le secteur de sa compétence (politique, sports, santé...) seront mobilisées.

ACTIVITE 4 : valoriser une activité journalistique à des fins de publication/diffusion pour assurer la visibilité de son profil, l'accessibilité à des liens démontrant ses expériences.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Conduire une veille à des fins de traitement journalistique avant de concevoir un contenu éditorial :

C1.1 - Identifier et consulter régulièrement les données documentaires (actualité et culture générale) existantes,

C1.2 - Se constituer une base personnelle de données en y regroupant les éléments liés à un domaine spécifique,

C1.3 - Analyser les informations documentaires collectées en les triant par thème et en les hiérarchisant,

C1.4 - Etablir des interactions régulières avec un réseau stratégique d'informateurs et d'experts constitué en un carnet de contacts,

C1.5 - Recouper des points de vue variés et contradictoires d'informateurs et d'experts.

Proposer des thèmes/sujets en conférence de rédaction et de leur traitement journalistique avant la production d'un contenu éditorial :

C2.1 - Argumenter en conférence de rédaction, le choix d'un angle d'un sujet, son format et son support de diffusion,

C2.2 - Définir le traitement journalistique en adéquation avec le support de diffusion,

C2.3 - Préparer la scénarisation du contenu en choisissant les ressources iconographiques, sonores, visuelles... et anticiper les techniques de curation,

C2.4 - Organiser le plan de travail pour la production du contenu journalistique.

Produire un contenu journalistique, destiné aux formats print, digital, sonore ou image d'un contenu éditorial :

C3.1 – Conduire des interviews en utilisant les techniques de questionnement et de relance pour enrichir et crédibiliser un contenu et/ou animer un plateau d'invités/débat enregistré ou dans les conditions du direct,

C3.2 - Préparer les conditions de réalisation d'un reportage «sur le terrain » en prenant en compte le contexte environnemental,

C3.3 - Composer un contenu éditorial* en respectant les normes de la langue française et les techniques rédactionnelles,

C3.4 - Adopter le ton narratif correspondant aux genres journalistiques,

C3.5 - Adapter le contenu du travail éditorial en le calibrant selon le format et le canal de diffusion visés,

C3.6- Exploiter l'ensemble des fonctionnalités du matériel technique de réalisation, les logiciels et applications mobiles associés au traitement d'enregistrement, de montage, de mixage d'images et de sons et exploiter les logiciels d'édition,

C3.7-Intégrer les contraintes juridiques et obligations réglementaires liées à l'activité journalistique afin d'être en conformité avec la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes et ne pas s'exposer ou exposer le media à des risques juridiques.

Valoriser une activité journalistique à des fins de publication/diffusion afin d'assurer la visibilité de son profil, l'accessibilité à des liens démontrant ses expériences.

C4.1 Créer un profil numérique de journaliste en utilisant à bon escient les réseaux sociaux et/ou plateformes professionnelles afin de créer des liens de confiance avec les communautés de confrères, de lecteurs ainsi qu'avec les médias,

C4.2 Nourrir son identité numérique en publiant des articles ou des posts, en affichant des liens ou toute autre production journalistique,

C4.3 Sélectionner et s'inscrire ou prendre des RV pour les événements / manifestations nécessaires en vue de se faire connaître et/ou de préparer une production journalistique C4.4 Déployer le pitch à l'écrit ou à l'oral, afin d'obtenir l'adhésion pour diffusion/publication.

Blocs de compétences

RNCP35743BC01 — Conduire une veille à des fins de traitement journalistique avant de concevoir un contenu éditorial.

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1- Identifier et consulter régulièrement les données documentaires (actualité et culture générale) existantes, ouvertes ou disponibles sur abonnement, en parcourant les sites web d'information, les revues de presse, les médias traditionnels, les réseaux sociaux, afin de repérer les données liées à des thèmes journalistiques potentiels,

C1.2 - Se constituer une base personnelle de données en y regroupant les éléments liés à un domaine spécifique (sport, santé, politique, arts, histoire, géopolitique...) afin de développer et enrichir son expertise sur le sujet,

C1.3- Analyser les informations documentaires collectées en les triant par thème (politique, écologie, sanitaire...) et en les hiérarchisant pour pouvoir sélectionner les données pertinentes à exploiter dans le cadre du sujet retenu et être capable de les contextualiser de façon pertinente,

C1.4- Etablir des interactions régulières avec un réseau stratégique d'informateurs (institutions, entreprises, politiques...) et d'experts (médecins, juristes, influenceurs...) constitué en un carnet de contacts classés par thème/rubrique, via des prises de RV, le suivi des blogs et des réseaux sociaux, afin de compléter les données à exploiter,

C1.5- Recouper des points de vue variés et contradictoires d'informateurs et d'experts, en conformité avec la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, pour vérifier la légitimité et la fiabilité des sources mobilisées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'un thème de recherche choisi par le candidat, ce dernier doit dans un temps imposé, préparer et rédiger une note de 5 pages présentant

- la liste exhaustive des sources consultées
- la liste des contacts mobilisables - une synthèse hiérarchisée des données d'information collectées sur le thème le choix argumenté d'au moins 2 sujets en lien avec le thème choisi , pouvant faire l'objet d'un traitement journalistique.

RNCP35743BC02 — Proposer un ou des thèmes/sujets en conférence de rédaction et de leur traitement journalistique avant la production d'un contenu éditorial.

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1- Argumenter en conférence de rédaction, le choix d'un angle d'un sujet impactant, son format (reportage, enquête) et son support de diffusion, en justifiant de la pertinence de l'angle choisi dans le respect de la ligne éditoriale du media et en confirmant la fiabilité des sources, afin d'obtenir la validation du rédacteur en chef,

C2.2- Définir le traitement journalistique (genre, ton, titre...) en adéquation avec le support de diffusion, dans le respect de la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, permettant de produire un contenu informationnel neutre, précis et exhaustif,

C2.3- Préparer la scénarisation du contenu en choisissant les ressources iconographiques, sonores, visuelles... et anticiper les techniques de curation, afin de valoriser la production journalistique, de susciter l'intérêt du public et de créer l'audience objectivée,

C2.4- Organiser le plan de travail pour la production du contenu journalistique, en intégrant les contraintes de délais et de bouclage, de moyens humains et techniques, de coûts et de logistique liés à la réalisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation composée d'une présentation orale devant un journaliste professionnel et dans un temps imparti (20 minutes), d'une

proposition étayée et argumentée pour un sujet journalistique dans l'objectif d'emporter l'accord de publication / diffusion, appuyée par un support visuel. La présentation devra intégrer : une synthèse sur le sujet proposé, un argumentaire concernant l'angle choisi par le candidat, un argumentaire démontrant la pertinence de la proposition vis-à-vis de la ligne éditoriale du media choisi, l'argumentaire proposé et destiné à démontrer les modalités de traitement journalistique élaborées par le candidat, les techniques de scénarisation proposée, le plan de travail en vue de produire le contenu journalistique.

RNCP35743BC03 — Produire un contenu journalistique, destiné aux formats print, digital, sonore ou image d'un contenu éditorial.

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1- Conduire des interviews en utilisant les techniques de questionnement et de relance pour enrichir et crédibiliser un contenu et/ou animer un plateau d'invités/débat enregistré ou dans les conditions du direct.

C3.2- Préparer les conditions de réalisation d'un reportage «sur le terrain » en prenant en compte le contexte environnemental (contexte géopolitique ou social, type d'événement couvert...) afin de sécuriser son action sur le terrain et permettre le traitement et la transmission de sa production.

C3.3- Composer un contenu éditorial* en respectant les normes de la langue française (structure, grammaire, orthographe, sens des mots, richesse du vocabulaire...) et les techniques rédactionnelles (chapo, titraillle, habillage...) afin de rendre le contenu compréhensible, pratique, intéressant, attractif et accessible pour la cible audience.

C3.4- Adopter le ton narratif correspondant au(x) genre(s) journalistique(s) (brève, CR, interview, éditorial, reportage, portrait, enquête, commentaire, analyse, chronique radio, écriture audiovisuelle).

C3.5- Adapter le contenu du travail éditorial (liens hypertexte, mots clés, contenu d'actualité interactif, sons, images) en le calibrant selon le format (nombre de signes, durée du reportage...) et le canal de diffusion visés (print, web, plateforme, émission radio, médias sociaux, émission TV ...) et en apportant les corrections nécessaires afin de calibrer et de livrer le contenu finalisé.

C3.6- Exploiter l'ensemble des fonctionnalités du matériel technique de réalisation (caméra, micro, appareil photo, smartphone...), exploiter les logiciels et applications mobiles associés au traitement d'enregistrement, de montage, de mixage d'images et de sons, exploiter les logiciels d'édition (PAO, maquette, SEO-SEA...) afin de produire le contenu journalistique.

C3.7- Intégrer les contraintes juridiques et obligations réglementaires liées à l'activité journalistique afin d'être en conformité avec la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes et ne pas s'exposer ou exposer le media à des risques juridiques (parution print, publication web, diffusion radiophonique, audiovisuelle, diffusion sur plateformes, réseaux sociaux).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'un sujet d'actualité ou de société défini lors d'une conférence de rédaction, le candidat à la certification devra produire dans un délai de 48 heures, présenter et argumenter à l'oral face à un jury professionnel une

note d'intention justifiant le choix de deux contenus éditoriaux et de leurs formats, parmi les quatre formats possibles (print, web, audio, reportage vidéo).

Le candidat

devra également :

- Soit produire

un reportage vidéo

d'une minute 30 à deux

minutes, tourné-monté avec commentaires sur images. Ce reportage vidéo comporte au moins deux interviews d'illustration. Le candidat devra rédiger un lancement pour ce reportage.

- Soit produire deux éléments sonores : un papier anglé d'une minute maximum diffusable dans un journal radiophonique avec un lancement accompagné d'un reportage anglé de une à deux

minutes maximum avec la rédaction d'un lancement. Ainsi qu'un

reportage écrit et mis en page avec son habillage de deux à trois feuillets (soit de 3000 à 4500 signes) accompagnés de deux encadrés de 500 signes chacun apportant un éclairage complémentaire. Le reportage comportera une à deux illustrations iconographiques.

- Soit produire un reportage web édité sur une plateforme de deux à trois feuillets (soit de 3000 à 4500 signes) accompagnés des liens hypertextes et de la mise en évidence des mots-clés pour améliorer le référentiel SEO. Le reportage comportera une à deux illustrations iconographiques.

RNCP35743BC04 — Valorisation d'une activité journalistique à des fins de publication ou diffusion.

LISTE DE COMPÉTENCES

C4.1- Créer un profil numérique de journaliste en utilisant à bon escient les réseaux sociaux (Instagram/Twitter/Linkedin...) et/ou plateformes professionnelles (Wix, Squarespace, Profilculture, Indeed...) afin de créer des liens de confiance avec les communautés de confrères, de lecteurs ainsi qu'avec les médias (Rue 89, Agoravox, Mediacity.fr, Castos, Wordpress Podcast....)

C4.2- Nourrir son identité numérique en publiant des articles ou des posts, en affichant des liens ou toute autre production journalistique, dans l'objectif d'être référencé (Facebook Journalism Project, Datagueule, Wordpress Podcast...).

C4.3- Sélectionner et s'inscrire ou prendre des RV pour les événements / manifestations nécessaires en vue de se faire connaître et/ou de préparer une production journalistique en ciblant ceux permettant des interactions professionnelles (Assises du Journalisme, Press Club de France, Prix Bayeux, Déjeuners de presse).

C4.4- Déployer le pitch à l'écrit ou à l'oral, afin d'obtenir l'adhésion pour diffusion/publication, en mobilisant son argumentation sur ses capacités d'innovation, d'adaptation et de production journalistique et en négociant les conditions de rémunérations selon les conventions collectives et usages de la profession.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'une production journalistique réalisée (print, web, sonore ou vidéo), le candidat présentera oralement à un jury professionnel un pitch de 20 minutes comportant :

sa démarche d'investigation mise en œuvre pour la réalisation de son enquête,

son profil numérique construit sur 2 réseaux sociaux différents a minima, au choix du candidat avec éléments d'argumentation (domaines d'expertise, appartenance à des clubs ou associations journalistiques ou professionnelles, prix et récompenses obtenus

son argumentation pour solliciter la diffusion de son enquête auprès d'un éditeur média).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les activités s'exercent dans :

- Les agences de presse, la presse nationale, régionale, locale, la presse hebdomadaire, la presse magazine, spécialisée, la presse gratuite d'information, les sites d'informations, les groupes médias d'information, les stations de radio, les chaînes de télévision, les sociétés de production (pour le web documentaire, l'investigation).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Journaliste, journaliste d'investigation, journaliste enquêteur, chef de rubrique, correspondant de presse, journaliste presse écrite, web on line, presse radiophonique, journaliste télévision, journaliste vidéo, journaliste spécialisé

(politique, sport, juridique, ...), journaliste reporter d'image, journaliste réalisateur, journaliste reporter ou grand reporter, pigiste (journaliste travaillant à la pige), rédacteur, éditorialiste, secrétaire de rédaction, photojournaliste, reporter photographe.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Pas de réglementation, mais il existe un statut du journaliste (loi Brachard) de 1935. La loi Cressard de 1974 étend les droits aux pigistes sur la protection des sources d'information des journalistes.

Le statut inclut aussi un décret de 1936 créant la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels chargés de délivrer la carte de presse.

Ce statut s'inscrit dans l'héritage de la loi sur la liberté de la presse de 1881.

L'exercice de cette activité, suppose la possession d'une carte professionnelle.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Non-durabilité de l'emploi, Lien formation-emploi
Salaire médian (mensuel)	2 275 €
Diplôme le plus fréquent	Diplôme de niveau bac+2 (DUT, BTS, Deug ou équivalent) en communication et information (16 % des actifs en emploi)
Familles professionnelles (FAP)	U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · tension 1/5 (Très faible) U1X80 — Professionnels des spectacles · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible) U1X91 — Artistes (musique, danse, spectacles) · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	84 607
Jugés difficiles à recruter	8 %
Emplois saisonniers	29 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition U1X80 — Professionnels des spectacles U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle U1X91 — Artistes (musique, danse, spectacles)

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Les pré-requis pour accéder au dispositif de certification hors VAE sont :

- de posséder a minima un titre de niveau 4 ou son équivalence (à l'International),
- d'être capable a minima de contextualiser des faits et de comprendre son environnement politique, géographique, économique, culturel et social et maîtriser la langue française et l'écriture. Compréhension de la langue anglaise.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

- Un président du jury

désigné par la Direction de l'ISCPA et un

directeur de l'ISCPA ou son représentant de la Direction des Etudes

- Trois membres professionnels extérieurs

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité (ICD-IGS) délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 60%.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

- Un président du jury

désigné par la Direction de l'ISCPA et un directeur de l'ISCPA ou son représentant de la Direction des Etudes,

- Trois membres professionnels extérieurs.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité (ICD-IGS) délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 60%.

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

- Un président du jury

désigné par la Direction de l'ISCPA et un directeur de l'ISCPA ou son représentant de la Direction des Etudes,

- Trois membres professionnels extérieurs.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité (ICD-IGS) délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 60%.

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Un directeur de l'ISCPA ou son représentant de la Direction des Etudes, Président du Jury VAE,

- Deux membres professionnels extérieurs.

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité (ICD-IGS) délivrant la certification dont professionnels qualifiés : 67%

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 868 €
Selon la branche	7 795 € – 7 980 €
Prise en charge	Branches concernées
7 868 €	Valeur par défaut · 210 branches
7 980 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 951 €	CPNEF de la presse et des agences de presse
7 795 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat

Base légale

Date de décision	08/07/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	08/07/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	49	0	100 %	80 %
2018	65	0	97 %	91 %
2017	56	1	96 %	84 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP29517

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP38950

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.iscpa-ecoles.com>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35743/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	4
Parcours menés à terme	4
Taux d'achèvement	100 %
Période	09/2022 – 06/2024

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	4
Montant total engagé	27 100 €
Coût moyen par dossier	6 775 €
Durée moyenne	899 h
Période	05/2022 – 10/2023
Reste à charge titulaire	47 %
France Travail	39 %
France compétences	15 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.