

Journaliste multimédia

RNCP36466 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	321
Formacode(s)	46323
Code(s) ROME	E1106
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/06/2022
Date d'échéance	01/06/2024

Certificateur(s)

L'ECOLE METIERS DE L'INFORMATION-CFD · SIRET : 40039622200038

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
MEDIASCHOOL MARSEILLE	52068687400048	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Face à une exigence légitime de compétences et d'expertise, l'ÉMI-CFD répond avec cette certification à un besoin immédiat des entreprises de presse, ainsi qu'à la volonté des institutions d'inscrire les formations certifiantes dans un retour rapide à l'emploi. Notre équipe porte donc une attention soutenue à la transformation des médias et aux évolutions de la demande de compétences des recruteurs.

En janvier 2019, près de 40 % des Français affirmaient lire régulièrement un quotidien national ou régional ou un magazine d'information générale, que cela soit sous format papier ou numérique (Source Statista 2019), et ce malgré un certain recul du taux de confiance général vis-à-vis de la presse et des journalistes. Cette tendance s'est renforcée pendant les confinements. La diffusion de la presse française a bien résisté avec une légère baisse de 1,80% en 2020, et l'on note une très forte progression de la diffusion numérique (+ 46,5%). Il s'est produit un relai puissant sur les sites et les applications, dont la fréquentation a progressé de 35,73 % sur la période. Aujourd'hui, 68% des lectures presse se font sur mobile. Le journalisme audiovisuel (TV et radio) a lui aussi tiré son épingle du jeu. En 2021, toutes les chaînes d'informations et émissions d'informations télévisées ont vu leurs audiences progresser, aidées par l'actualité des différents confinements, selon l'étude annuelle de Médiamétrie (Médiamat Annuel 2020).

Les médias d'information ne sont donc pas un secteur dévasté et les recrutements perdurent, même si les compétences exigées ont beaucoup évolué.

Avec la crise du Coronavirus, les médias ont accéléré leur transition depuis les supports traditionnels (journaux, radio, télévision) vers des supports numériques digitaux variés :

· sites web · sites web mobiles · applications mobiles · plateformes sociales (Youtube, Twitter, Twitch, Facebook, Instagram, etc...). La montée en puissance d'internet a conduit les médias à passer d'une logique de "titre" à une logique de "marque", avec une multiplication des supports. Cette évolution a été accompagnée par le législateur, qui a inscrit dans la loi Hadopi 2 le fait qu'un journaliste était susceptible de travailler pour "l'ensemble des déclinaisons du

titre”, du journal papier au site internet, en passant par les supports mobiles et les réseaux sociaux.

Tout journaliste se doit donc aujourd'hui d'être "multicanal", c'est-à-dire capable de travailler indifféremment sur ces différents supports.

Les rédactions ont besoin de professionnels plus rapides et plus agiles pour répondre à une demande d'information croissante et multiforme. Pour autant, ces évolutions récentes ne doivent pas faire oublier les fondamentaux du métier.

ACTIVITÉS VISÉES

Le travail d'un journaliste multimédia a pour but de recueillir, relater, analyser et commenter des informations en vue de leur publication dans des journaux « papier » et/ou de leur diffusion par les médias digitaux (sites web, sites web mobiles, applications, plateformes sociales) ou audiovisuels (radio, télévision).

Il s'adresse soit à un public généraliste, soit à un public spécialisé.

Le journaliste a pour mission de récolter l'information par divers moyens (documentation, enquêtes terrain, enquêtes web, reportages, interviews...), en vue de la rédaction de contenus qui peuvent se présenter sous forme d'articles, de sons, de vidéos, d'infographies, ou encore de mix-médias, de longs formats multimédias, de « stories », de newsletters.

Il garantit la qualité des informations et la crédibilité de ses sources.

Son domaine d'intervention peut être généraliste ou spécialisé, en fonction du degré de spécialisation de la rubrique qui lui est confié et du ou des média(s) au(x)quel(s) il collabore.

Il peut animer et coordonner un réseau de correspondants ou de pigistes dans le cadre d'une rédaction locale (presse quotidienne ou hebdomadaire locale) ou d'une rubrique spécialisée (presse spécialisée ou généraliste).

Le terme de journaliste multimédia s'applique à un métier aux facettes multiples, mais ses activités principales consistent à :

- assister aux conférences de rédaction au cours desquels sont définis les sujets et les angles retenus pour les informations traitées, ainsi que leur hiérarchisation ;

- travailler ses sources en construisant son propre « carnet d'adresses », en les qualifiant selon leur degré de crédibilité et de fiabilité et en les recoupant ;

- recueillir l'information en se documentant, en assistant à des manifestations, colloques, conférences de presse... ou plus directement par le biais d'interviews, reportages et enquêtes ;

- réaliser des contenus de formats divers : éléments sonores, vidéos, infographies, éléments mix-médias ou posts variés pour les plateformes sociales ;

- transmettre ces contenus en vue de leur publication (presse écrite) ou de diffusion à l'antenne (radio ou télévision), sur un site web, un site mobile, une application mobile ou une plateforme sociale.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc 1 – RÉCOLTER L'INFORMATION DANS LE RESPECT DE LA DÉONTOLOGIE

Activité 1 : C1 à C3

Effectuer une veille journalistique

C1- Comprendre la notion de veille informationnelle

C2- Connaître la boîte à outils du journaliste multimédia

C3- Utiliser les réseaux sociaux pour la veille

Activité 2 : C4 à C8

Identifier des sources d'information pertinentes, recouper ses sources

C4- Comprendre la notion d'information

C5- Travailler avec Internet et les agences de presse

C6 - Trouver des informations à partir de sources humaines

C7- Identifier la crédibilité d'une source

C8- Comprendre le principe du recoupement des sources

Activité 3 : C9 à C12

Connaître le droit et la déontologie du métier de journaliste

C9- Connaître le droit des contenus journalistiques print et web et les risques légaux

C10- Connaître le secret des sources

C11- Comprendre et maîtriser les règles de déontologie journalistique

C12- Connaître droit du travail des journalistes

Bloc 2 – ÉCRIRE DES ARTICLES DE PRESSE

Activité 1 : C13 à C15

Connaître les bases du secrétariat de rédaction

C13- Maîtriser la langue française

C14- Éditer un article pour le print

C15- Perfectionner son style rédactionnel

Activité 2 : C16 à C18

Rédiger un article simple et factuel

C16- Formuler un "message essentiel"

C17- Rédiger une brève, un feuillet

C18- Rédiger une chronique judiciaire

Activité 3 : C19 à C22

Rédiger un article de type « magazine » selon son genre : interview, portrait, reportage

C19- Comprendre la différence entre interview et portrait

C20- Diriger et rédiger une interview

C21- Recueillir des informations sur une personne et rédiger un portrait

C22- Partir sur le terrain et rédiger un reportage

Activité 4 : C23 à C25

Mener une enquête de A à Z

C23- Maîtriser la méthode de l'enquête par hypothèses

C24- Obtenir des informations difficiles d'accès

C25- Rédiger une enquête au long cours

Activité 5 : C26 à C29

Valoriser et rentabiliser ses piges

C26- Choisir sa spécialité journalistique

C27- Construire son réseau professionnel

C28- Comprendre le statut, les tarifs, les droits et devoirs du journaliste pigiste

C29- Proposer un sujet à un média

Bloc 3 – RÉDIGER POUR DES SUPPORTS NUMÉRIQUES

Activité 1 : C30 à C32

Rédiger pour des sites web

C30- Comprendre l'audience et les modes de lecture sur les différents supports numériques

C31- Maîtriser les règles du référencement web (SEO)

C32- Mettre en forme son article pour un site web

Activité 2 : C33 à C36

Utiliser une plateforme de publication de contenu (ou CMS)

C33- Connaître les différents CMS utilisés dans la presse

C34- Publier un article dans Wordpress

C35- Connaître les rudiments du langage html

C36- Enrichir ses articles avec des éléments multimédia

Activité 3 : C37 à C39

Réaliser un article long format multimédia

C37- Connaître les différents types d'articles longs formats

C38- Rédiger un storyboard et articuler texte-multimédia

C39- Maîtriser une plateforme de long format multimédia

Bloc 4 – PRATIQUER LE FACT-CHECKING, L'OPEN-SOURCE INTELLIGENCE (OSINT) ET LE DATAJOURNALISME

Activité 1 : C40 à C45

Enquêter sur le web avec la méthode « OSINT »

C40- Développer une agilité web

C41- Comprendre la méthode OSINT

C42- Connaître la boîte à outils de l'OSINT

C43- Maîtriser la recherche avancée avec les opérateurs « booléens »

C44- Enquêter avec les réseaux sociaux

C45- Enquêter sur le Darknet

Activité 2 : C46 à C48

Vérifier les informations douteuses : « fact-checking »

C46- Reconnaître une information douteuse, une « fake news »

C47- Authentifier une image

C48- Authentifier une vidéo

Activité 3 : C49 à C51

Connaître les bases du datajournalisme

C49- Trouver et aspirer des données du web

C50- Identifier des sujets journalistiques dans les données

C51- Mettre en scène les données : datavisualisation

Bloc 5 – PRATIQUER LA PHOTO ET LA VIDÉO D'INFORMATION

Activité 1 : C52 à C55

Réaliser des sujets photographiques

C52- Connaître les fondamentaux de la photo de presse

C53- Maîtriser la technique et les réglages de son appareil

C54- Réaliser un reportage, un portrait photo

C55- Améliorer ses photographies et réaliser un éditing de presse

Activité 2 : C56 à C58

Filmer avec un smartphone

C56- Maîtriser les fondamentaux de la narration vidéo

C57- Mener une interview en vidéo

C58- Tourner et monter des vidéos avec son smartphone

Activité 3 : C59 à C62

Réaliser un montage vidéo

C59- Maîtriser la narration par l'image animée

C60- Maîtriser un logiciel de montage professionnel

C61- Travailler l'animation, les effets, le titrage et le générique

C62- Monter une vidéo informative à partir de contenus vidéo du web et des réseaux sociaux

Bloc 6 – PRODUIRE ET MONTER DU SON, CRÉER UN PODCAST ET L'ANIMER

Activité 1 : C63 à C66

Maîtriser l'écriture sonore et les différents formats radio

C63- Adopter une écriture « radio »

C64- Poser sa voix

C65- Réaliser une interview sonore

C66- Pratiquer différents formats d'information radio : enrobés, chroniques

Activité 2 : C67 à C70

S'initier au montage son et au mixage numérique

C67- Comprendre le principe de la narration sonore

C68- Maîtriser un logiciel de montage son numérique

C69- Utiliser des effets sonores, des ambiances, des voix, de la musique

C70- Trouver une identité sonore

Activité 3 : C71 à C74

Créer un podcast et l'animer

C71- Concevoir une émission podcast : de l'idée au projet

C72- Construire une histoire et réaliser un « objet sonore »

C73- Poster et diffuser son podcast

C74- Trouver le modèle économique de son podcast

Bloc 7 – MAÎTRISER LES NOUVEAUX FORMATS D'INFORMATION POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Activité 1 : C75 à C78

Utiliser les réseaux sociaux comme support d'information

C75- Connaître les bonnes pratiques médias sur les réseaux sociaux

C76- Concevoir la ligne éditoriale d'un compte média, et l'alimenter

C77- Créer des visuels pour les réseaux sociaux

C78- Maîtriser la boîte à outils du « community manager »

Activité 2 : C79 à C81

Produire de la vidéo en « live » sur une plateforme sociale

C79- Réaliser un Facebook live

C80- Organiser un plateau de « live » avec plusieurs smartphones (multicam)

C81- Assurer la promotion d'un live sur les réseaux sociaux et augmenter son audience

Activité 3 : C82 à C85

Informen en « stories » (sur Instagram, snapchat et autres...)

C82- Comprendre la révolution des « stories »

C83- Réaliser un reportage en « story »

C84- Réaliser une « story » préparée en images animées

C85- Trouver des sujets et des angles adaptés à un public de millenials

Bloc 8 – CRÉER UN MÉDIA DIGITAL

Activité 1 : C86 à C88

Concevoir son projet : de l'idée au produit

C86- Trouver l'audience et la ligne éditoriale de son média

C87- Définir le support, la périodicité et les formats d'information

C88- Effectuer une analyse comparative des médias proches et concurrents (benchmark)

Activité 2 : C89 à C91

Monétiser son média

C89- Définir ses cibles et son positionnement

C90- Trouver un modèle économique

C91- Mettre en place une stratégie marketing efficace et développer son audience

Activité 3 : C92 à C94

Monter un business-plan, trouver des financements

C92- Créer une entreprise média : choisir une raison sociale

C93- Monter un « business-plan » : le budget prévisionnel de l'activité

C94- Lever des fonds pour financer son média

Blocs de compétences

RNCP36466BC01 — Récolter l'information dans le respect de la déontologie

LISTE DE COMPÉTENCES

Comprendre la notion de veille informationnelle

Connaître la boîte à outils du journaliste multimédia

Utiliser les réseaux sociaux pour la veille

Comprendre la notion d'information

Travailler avec Internet et les agences de presse

Trouver des informations à partir de sources humaines

Identifier la crédibilité d'une source

Comprendre le principe du recoupement des sources

Connaître le droit des contenus journalistiques print et web et les risques légaux

Connaître le secret des sources

Comprendre et maîtriser les règles de déontologie journalistique

Connaître droit du travail des journalistes

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : - Quiz sur les techniques de veille numérique - Quiz d'actualité hebdomadaires - Mettre en place une veille médias avec les flux RSS, Twitter, Facebook, Instagram - Utiliser TweetDeck pour une veille à chaud - Archiver et classer sa veille - Utiliser des outils collaboratifs

Cas pratiques : - Quiz sur les composantes d'une information - Quiz sur les sources - Exercice de recherche sur la plateforme de l'AFP - Exercice de recherche avancée dans Google et Twitter

Mise en situation professionnelle - Identifier une information dans une dépêche d'agence - Trouver une info locale sur le terrain - Vérifier son information en interrogeant une seconde source (recoupement) ou en effectuant une recherche - Formuler son information en appliquant la règle des 5W

Cas pratiques : - Quiz sur le droit des contenus, la diffamation, les secrets institutionnels et légaux, le secret des sources - Visionnage d'un reportage vidéo et questionnaire sur la déontologie - Quiz sur le droit du travail Mise en situation professionnelle - Interroger une source sur un sujet sensible qui pourrait mettre en difficulté professionnelle. Quelles règles et limites imposer ?

Évaluation certificative du BC1 Réaliser une revue de presse thématique hebdomadaire et la publier dans la

newsletter hebdomadaire de la promotion.

RNCP36466BC02 — Écrire des articles de presse

LISTE DE COMPÉTENCES

Maîtriser la langue française
Éditer un article pour le print
Perfectionner son style rédactionnel
Formuler un “message essentiel”
Rédiger une brève, un feuillet
Rédiger une chronique judiciaire
Rédiger une chronique judiciaire
Comprendre la différence entre interview et portrait
Diriger et rédiger une interview
Recueillir des informations sur une personne et rédiger un portrait
Partir sur le terrain et rédiger un reportage
Maîtriser la méthode de l'enquête par hypothèses
Obtenir des informations difficiles d'accès
Rédiger une enquête au long cours
Choisir sa spécialité journalistique
Construire son réseau professionnel
Comprendre le statut, les tarifs, les droits et devoirs du journaliste pigiste
Proposer un sujet à un média

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : - Exercices de vocabulaire et de grammaire - Correction et réécriture d'un article problématique - Ajout de titraille et de légendes - Exercice d'editing - Exercices de stylistique

Mise en situation professionnelle - Reprendre intégralement un article problématique, refaire la titraille et le chapô, l'éditer avant publication

Cas pratiques : - Retrouver le message essentiel dans un long article - Composer le plan d'un article, retrouver le plan d'un long article

Mise en situation professionnelle - Composer une brève à partir d'une dépêche d'agence - Rédiger un filet à partir d'une synthèse de dépêche et d'un ensemble documentaire (sondage, étude) - Chroniquer une audience au Tribunal de grande instance ou en cour d'assises

Cas pratiques : - Lecture active de portraits, interviews, reportages. Exercices d'analyse - Interview croisée d'un camarade de promotion, rédaction d'une interview - Déterminer les sources interrogées dans un portrait d'une personnalité

Mise en situation professionnelle 1) Terrain : - Interview d'un professionnel en lien avec l'actualité - Recherche d'informations et de sources autour d'une personnalité en vue d'un portrait - Départ en reportage à l'occasion d'un fait d'actualité (manifestation, autre...) 2) Rédaction : - Écriture d'articles (interview, portrait et reportage) en tenant compte des principes d'écriture journalistique (angle, plan, attaque, chute, citations etc...)

Cas pratiques : - Lecture de différentes enquêtes : identifier l'angle, la question posée, la démarche d'argumentation, les nouvelles informations Exercice à partir d'un sujet théorique : - Lister et cartographier les sources documentaires, web et humaines à partir d'un sujet théorique - Établir une série d'hypothèses et procéder à leur validation de manière méthodique - Choisir un angle approprié en lien avec l'actualité Mise en situation professionnelle - Réaliser individuellement une enquête complète autour d'un thème imposé et dans des délais imposés (angle à définir par le stagiaire). Démarche supervisée par des coachs journalistes d'investigation en activité

Cas pratiques : - Quiz sur le statut, les droits et devoirs du pigiste - Trouver des sujets d'articles selon des thématiques imposées : santé, journalisme d'« impact », économie, sports - Décliner un même sujet en trois angles différents pour trois médias aux lignes éditoriales distinctes Mise en situation professionnelle - Choisir un média susceptible d'être intéressés par son reportage - Rédiger un synopsis court et factuel - Proposer son sujet à un rédacteur en chef ou un chef de rubrique par mail - « Pitcher » son sujet en moins d'une minute

Évaluation certificative du BC2 Atelier Médialibre « Est-actu », un média-école d'information locale sur l'Est parisien : les candidats participent aux conférences de rédaction quotidiennes, proposent des sujets, partent sur le terrain, rédigent et publient des interviews, portraits, reportages, brèves, filets.

RNCP36466BC03 — Rédiger pour des supports numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

Comprendre l'audience et les modes de lecture sur les différents supports numériques

Maîtriser les règles du référencement web (SEO)

Mettre en forme son article pour un site web

Connaître les différents CMS utilisés dans la presse

Publier un article dans Wordpress

Connaître les rudiments du langage html

Enrichir ses articles avec des éléments multimédia

Connaître les différents types d'articles longs formats

Rédiger un storyboard et articuler texte-multimédia

Maîtriser une plateforme de long format multimédia

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : quiz sur les audiences, les usages et modes de lecture ; quiz sur le fonctionnement de Google et les bonnes pratiques de référencement ; exercice : identifier les différences entre une même information diffusée sur support papier et sur un site web ; exercice : décrypter les « zones chaudes » des textes pour les moteurs de recherche ; exercice : améliorer la visibilité d'un article print pour les moteurs de recherche, en appliquant les critères du SEO.

Mise en situation professionnelle : rédiger un article informatif sur un sujet imposé pour un site de presse donné en respectant les règles du SEO et la ligne éditoriale.

Cas pratiques : quiz sur les CMS ; publication pas à pas d'un article « print » dans Wordpress ; enrichir un article web : insérer des liens hypertexte, des tags, des blocs de code html (vidéo, tweets, sons) ; exercices de codage dans Wordpress : centrer une image, mettre un texte en gras, identifier une balise titre, etc.

Mise en situation professionnelle : rédiger un article de desk dans Wordpress à partir de dépêches d'agences ; optimiser son SEO, éditer l'article, y insérer une vidéo, un tweet ; publication.

Cas pratiques : quiz sur le long format dans la presse française ; en groupe : trouver un sujet de long format multimédia ; organisation, planning des tâches ; écriture d'un « storyboard » ; prises de rendez-vous ; réalisation des vidéos, sons ; prise en main d'un « page builder » dans Wordpress.

Le Médialibre, site de long-format de l'EMI-CFD : chaque candidat identifie un sujet réalisable dans les délais impartis, met en place un planning, contacte des sources, écrit des textes, enregistre du son, de la vidéo, rédige un plan et un storyboard, publie son long format multimédia dans une plateforme Wordpress dédiée.

RNCP36466BC04 — Pratiquer le fact-checking, l'open-source intelligence (OSINT) et le datajournalisme

LISTE DE COMPÉTENCES

Développer une

agilité web

Comprendre la

méthode OSINT

Connaître la boîte à

outils de l'OSINT

Maîtriser la

recherche avancée avec les opérateurs « booléens »

Enquêter avec les réseaux sociaux

Enquêter sur le Darknet

Reconnaître une information douteuse, une « fake news »

Authentifier une image

Authentifier une vidéo

Trouver et aspirer des données du web

Identifier des sujets journalistiques dans les données

Mettre en scène les données : datavisualisation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : exercices dans un navigateur web : installation d'extensions, saisie d'écran, archivage, protection des mots de passe, etc. ; quiz sur la méthode OSINT et les outils ; analyse d'enquêtes OSINT, identification des outils utilisés ; quiz sur les opérateurs booléens, exercices ; exercice de recherche sur le Darknet.

Mise en situation professionnelle : retrouver un document précis grâce à la recherche booléenne ; tracer et retrouver une cible avec les réseaux sociaux ; trouver un sujet journalistique en utilisant la méthode OSINT ; rédiger un article.

Cas pratiques : quiz sur le fact-checking, les sources, les fake-news ; quiz sur les outils de fact-checking ; lecture de divers travaux de fact-checking : les candidats décortiquent la méthode ; prise en main des outils du fact-checking ; exercice de recherche d'antériorité, d'authentification de photos et de vidéos.

Mise en situation professionnelle : exercice sur photo provenant de Twitter.

Cas pratiques : exercices de « scraping » : aspiration de données ; prise en main d'un tableur et intégration de bases de données :

tri, filtre, analyse des données ; atelier datavisualisation : réalisation de cartes, infographies, timeline, images interactives.

Mise en situation professionnelle : réalisation d'une enquête « data » à partir de données du web ; mise en scène de son travail à l'aide de datavisualisations publiées dans un site Wordpress.

Enquête OSINT / fact-checking à mener individuellement et restituer sous la forme d'un article illustré si nécessaire de graphiques ou de cartes.

RNCP36466BC05 — Pratiquer la photo et la vidéo d'information

LISTE DE COMPÉTENCES

Connaître les fondamentaux de la photo de presse

Maîtriser la technique et les réglages de son appareil

Réaliser un reportage, un portrait photo

Améliorer ses photographies et réaliser un éditing de presse

Maîtriser les fondamentaux de la narration vidéo

Mener une interview en vidéo

Tourner et monter des vidéos avec son smartphone

Maîtriser la narration par l'image animée

Maîtriser un logiciel de montage professionnel

Travailler

l'animation, les effets, le titrage et le générique

Monter une vidéo informative à partir de contenus vidéo du web et des réseaux sociaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : - Prise en main de l'appareil photographique ou du smartphone pour une série de prises de vues en local - Organiser un système d'archivage de photos - Réaliser la post-production de photos - Ecrire des légendes et des métadonnées

Mise en situation professionnelle - A l'occasion d'un événement, réaliser un reportage photo qui permette de rendre compte de l'actualité - Réaliser une série de portrait photo impromptues dans la rue, en respectant des valeurs de cadre et des critères esthétiques

Cas pratiques : - Quiz sur les différentes pratiques et formats vidéo sur les sites web, applis mobiles et réseaux sociaux - Prise en main du smartphone en mode vidéo, des applications de tournage, des accessoires (micro, trépied, steadycam) - Pratique : réaliser un panoramique, un travelling - Réaliser l'interview d'un camarade - Réaliser un montage « embarqué » rapide avec une application de montage. - Trouver des musiques libres de droit

Mise en situation professionnelle - Choisir un sujet de reportage et réaliser une vidéo informative de moins de 3 min (montage sur smartphone)

Cas pratiques : - Quiz : quelle format vidéo pour ce média ? - Exercices de montage dans le logiciel avec des images fournies - Importation et classement des rushs - Elaboration d'un plan de montage - Travail des animations, des retouches et effets - Téléchargement de vidéo du web (droits) - Réalisation d'une voix off - Ajout de titrage et de génériques - Exportation et compression - publication sur une plateforme école Mise en situation professionnelle - Monter une vidéo informative de moins de 3 min composée de vidéos du web (youtube ou réseaux sociaux) avec voix-off, droits, titres et musique - Réaliser et monter une interview au format carré de moins d'une minute pour Instagram, avec titre et sous-titres.

Évaluation certificative du BC5 Réalisation d'un reportage vidéo complet sur un temps limité.

RNCP36466BC06 — Produire et monter du son, créer un podcast et l'animer

LISTE DE COMPÉTENCES

Adopter une écriture

« radio »

Poser sa voix

Réaliser une interview sonore

Pratiquer différents formats d'information radio : enrobés, chroniques

Comprendre le principe de la narration sonore

Maîtriser un logiciel de montage son numérique

Utiliser des

effets sonores, des ambiances, des voix, de la musique

Trouver une identité sonore

Concevoir une émission podcast : de l'idée au projet

Construire une histoire et réaliser un « objet

sonore »

Poster et diffuser son podcast

Trouver le modèle économique de son podcast

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : - Quiz de connaissance sur la radio et les formats sonores - Travail d'écriture à partir de dépêches - Enregistrement en studio - Réécoute collective - Exercices pratiques sur l'intention, la diction, la conviction et le phrasé - Exercice d'interview : choix des intervenants potentiels, prise de contact, préparation des entretiens - Prise en main du matériel et de la trousse (bonnette, piles, carte SD, poignée) - Travail sur la narration / les niveaux d'histoire

Mise en situation professionnelle - Réaliser une interview radio en studio avec un interlocuteur donné sur un sujet d'actualité - Réaliser un reportage sonore sur le terrain - Improvisation en situation d'urgence, selon plusieurs scénarios adaptés à l'édition spéciale

Cas pratiques : - Prise en main du logiciel de montage (Audacity / Reaper) - Écriture et enregistrement des "micros" - Exercice de coupes - Exercice de nettoyage et montage des éléments proposés - Recherche de musiques et bruitages libres de droit - Travail sur l'identité sonore, le générique Mise en situation professionnelle - Réaliser une « histoire » sonore originale à partir d'éléments fournis : vidéos, bruitages, voix

Cas pratiques : - Quiz sur l'écosystème du podcast en France et à l'international - Analyse de cas : les bonnes pratiques podcast - Atelier concept : trouver une idée de podcast informatif - Exercice : quelle plateforme pour quel type de podcast ? - Analyse de cas : trouver une identité visuelle pour son podcast

Évaluation certificative du BC6 Concevoir un podcast original en plateau, planifier les épisodes, la réalisation, les intervenants et les modes de diffusion. « Pitcher » son projet devant le groupe.

RNCP36466BC07 — Maîtriser les nouveaux formats d'information pour les réseaux sociaux

LISTE DE COMPÉTENCES

Connaître les bonnes pratiques médias sur les réseaux sociaux

Concevoir la ligne

éditoriale d'un compte média, et l'alimenter

Créer des visuels

pour les réseaux sociaux

Maîtriser la boîte à

outils du « community manager »

Réaliser un Facebook live

Organiser un plateau de « live » avec plusieurs smartphones (multicam)

Assurer la promotion d'un live

sur les réseaux sociaux et augmenter son audience

Comprendre la révolution des « stories »

Réaliser un reportage en « story »

Réaliser une « story »

préparée en images animées

Trouver des sujets et des angles adaptés à un public de millenials

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : - Quiz sur les réseaux sociaux en France et à l'étranger - Etude de cas : analyse des comptes sociaux d'une série de médias et de comptes de journalistes - Exercice : réaliser une image composite, un GIF, un diaporama et le poster - Prise en main d'outils de statistiques, de cross-posting, d'analyse d'audience, de programmation

Mise en situation professionnelle - Envoi de posts sur une page Facebook non publique Cas pratiques : - Atelier Live Facebook, Youtube et Instagram - Prise en main d'une régie de « live » multicam pour smartphones - Conception d'une identité visuelle : logo, inserts, synthés - Élaboration d'un plan de promotion d'un live sur les réseaux

Mise en situation professionnelle - Atelier « live » sur une page Facebook privée : réalisation d'une conférence « live » en plateau avec régie et captation avec 4 smartphones. Suivi des commentaires, modération. Analyse de l'audience à postériori.

Cas pratiques : - Analyse de cas : comprendre le mode narratif des stories et l'intérêt pour les médias - Analyse de cas : comprendre les ingrédients d'une bonne « story » - Analyse de cas : les différents formats de « story » journalistiques - Exercice : cadrer à la verticale (photo et vidéo)

Mise en situation professionnelle - Réalisation d'un reportage en « story » (vidéos et images verticales) sur Instagram. - Atelier « story » en images animées

Évaluation certificative du BC7 Les candidats alimentent les comptes sociaux de la formation : ils choisissent les sujets et les formats (vidéo, texte, GIF, diaporama, live, GIFs...) en tenant compte de l'audience et de la ligne du média. Puis ils analysent les statistiques de leur post et rédigent un bilan pour le groupe, de manière à améliorer la performance du compte.

RNCP36466BC08 — Créer un média digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Trouver l'audience et la ligne éditoriale de son média

Définir le support, la périodicité et les formats d'information

Effectuer une analyse comparative des médias proches et concurrents (benchmark)

Définir ses cibles et son positionnement

Trouver un modèle économique

Mettre en place une stratégie marketing efficace et développer son audience

Créer une entreprise média : choisir une raison sociale

Monter un « business-plan » : le budget prévisionnel de l'activité

Lever des fonds pour financer son média

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques : - Travail sur un concept, définition d'une audience - Atelier sur les formats d'information - Analyse comparative des médias concurrents ou proche de la ligne éditoriale - Test du concept en réel : micro-trottoir Mise en situation professionnelle - Réaliser un prototype basique - Élaborer un texte de présentation du média - « Pitcher » son média et expliquer sa ligne au groupe en 1 minute

Cas pratiques : - Définir les « persona », les cibles - archétypes de son média - Définir ses objectifs, ses atouts et ses moyens, ses principaux indicateurs de succès (quantifié vs qualité) - Mettre en œuvre une stratégie d'acquisition d'audience (marketing) - Tester différents modèles économiques

Mise en situation professionnelle - Présenter son modèle économique et sa stratégie

Cas pratiques : - Quiz : les différents statuts et avantages liés - Analyse de cas : les grands postes de recettes / dépenses dans un média - Analyse de cas : le lancement et le financement d'un média digital (Les Jours) Mise en situation professionnelle - Établir un budget prévisionnel théorique, le tester en changeant différents paramètres - Calculer le point d'équilibre de son activité, la capacité d'embauche - Présenter son « business model »

Évaluation certificative du BC8 Face à un jury composé de professionnels : Présenter son projet média, la ligne éditoriale ainsi que le positionnement, décrit son modèle économique et la stratégie marketing, décline le business-plan de leur société et abordent la question des financements. Projeter une maquette permettant de comprendre la structure du média

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le journaliste multimédia travaille dans le secteur des médias, dans des entreprises de taille très variable, de la PME (moins de 250 salariés) au groupe de presse (milliers de salariés) en passant par les entreprises de taille intermédiaire et les grandes entreprises.

Les employeurs du journaliste multimédia sont majoritairement des entreprises de presse reconnues par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP), instance composée à parité de représentants de l'administration de l'Etat et de professionnels de la presse. Ils se présentent sous plusieurs formes :

- les agences de presse d'information générale ou spécialisée (AFP, Reuters...) :
- les quotidiens (Le Monde, La Croix) ou hebdomadaires d'information (Le Point, Society) ou leurs déclinaisons web, web mobile, réseaux sociaux.
- les sites de la presse quotidienne régionale (Ouest-France, Le Dauphiné, L'Est Républicain) ou leurs déclinaisons web, web mobile, réseaux sociaux.
- les sites d'information « pure player », non adossés à des éditeurs traditionnels (Mediapart, Huffington Post, Atlantico, @rrêt sur images)
- les magazines spécialisés thématiques (Motos Magazine, Science & Vie, Marie-Claire, Usbek & Rica...) et leurs déclinaisons
- les titres de la presse professionnelle (Le Moniteur, Stratégies, La Gazette des communes..) et leurs déclinaisons
- les journaux, sites web, applications mobiles ou comptes sociaux d'entreprises ou de collectivités locales
- les journaux, sites web, applications mobiles ou comptes sociaux de stations de radio ou chaînes de télévision.
- les radios, chaînes de télévision et leurs déclinaisons sur supports numérique
- les sociétés de production audio et/ou vidéo indépendantes

Les entreprises concernées peuvent être : un grand groupe public (AFP), un média appartenant à un grand groupe (privé, médiatique, industriel ou familial), une entreprise moyenne ou très petite.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Journaliste
Journaliste audiovisuel
Journaliste plurimédia
Journaliste web
Journaliste fact-checker
Data-journaliste

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'exercice de l'activité de journaliste multimédia permet l'obtention de la « carte d'identité des journalistes professionnels ». La carte est délivrée par une commission paritaire composée à part égale d'éditeurs de presse et de salariés : la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP). Les journalistes débutants l'obtiennent sur demande à condition que leurs revenus proviennent majoritairement de l'activité journalistique, et cela dans un ou plusieurs supports bénéficiant d'un numéro de commission paritaire délivré par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Elle est ensuite renouvelée chaque année, sur demande et sur présentation de justificatifs.

L'activité de journaliste professionnel est régie par le Code du travail et la convention nationale des journalistes du 1er septembre 1976, refondue le 27 octobre 1987 et complétée par des accords spécifiques à certaines catégories de la presse.

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	Lien formation-emploi
Salaire médian (mensuel)	2 800 €

Diplôme le plus fréquent	Diplôme de niveau bac+5 ou plus (doctorat, master ou équivalent) en communication et information (26 % des actifs en emploi)
Familles professionnelles (FAP)	U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	997
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	9 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Se soucier de l'actualité

Avoir des compétences rédactionnelles, un bon niveau de culture générale et la maîtrise de la langue française

Être curieux et aimer chercher l'information obstinément

Posséder le sens du contact

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

5 personnes (dont 80 % extérieur à l'organisme certificateur) :

- 1 président professionnel extérieur à l'établissement
- 3 professionnels du secteur non intervenant dans l'établissement
- Le Directeur Pédagogique

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	9 475 €
Selon la branche	6 000 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
9 475 €	Valeur par défaut · 205 branches
12 000 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEF de la presse et des agences de presse
11 844 €	CPNE Travail Temporaire
11 055 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
9 750 €	CPNEFP de la Mutualité Sociale Agricole
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	01/06/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	8	0	100 %	63 %
2018	11	1	100 %	60 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP13674

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39755

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36466/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	231
Parcours menés à terme	230
Taux d'achèvement	100 %
Période	07/2022 – 07/2024

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	259
Montant total engagé	361 730 €
Coût moyen par dossier	1 397 €
Durée moyenne	56 h
Période	06/2022 – 05/2024
France compétences	95 %
Reste à charge titulaire	3 %
France Travail	1 %
Entreprise	0 %
OPCO	0 %

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