

Journaliste

RNCP38950 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320, 321t
Formacode(s)	46325
Code(s) ROME	E1106, E1101, E1205, E1104, L1505
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/04/2024
Date d'échéance	26/04/2027

Certificateur(s)

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

INSTITUT INTERNATIONAL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT · SIRET : 31814740200099

Partenaires habilités

12 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 12 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CNJ44	88784405800016	Former et organiser l'évaluation
COM'FORMATIONS	81249236100033	Former et organiser l'évaluation
GROUPE ANTOINE DE ST-EXUPERY SITE GIORGIO FRASSATI	77774619900010	Former et organiser l'évaluation
GROUPE IGS - CIEFA	33264146300028	Former et organiser l'évaluation
GROUPE IGS - CIEFA	33264146300135	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT CATHOLIQUE EUROPEEN DES AMERIQUES	83487737500016	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
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600264	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS)	31249509600157	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 12 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp38950-journaliste/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les mutations s'accroissent depuis 2020, avec une intensification de la digitalisation et de travail à distance, une conquête intensifiée du nouvel univers virtuel (Metavers, interopérabilité entre les plateformes...), un déploiement de chats et d'appels audio et vidéo et de messages cryptés vers les utilisateurs de la plateforme X, une surenchère d'informations contradictoires. Face à la multiplication des fake news et au manque de modération dans les échanges sur les réseaux sociaux, le journaliste a un rôle clé à jouer dans le décryptage, la vérification et l'analyse des informations avant leur transmission au lectorat/internautes. Avec l'évolution des modes de consommation de

l'information et la présence des médias sur les réseaux sociaux, le métier du journaliste est passé à un mode de production de contenus plus condensés, notamment de contenus plurimédia avec une information déclinable sur différents formats interactifs, adaptés à tous les canaux de diffusion. L'avènement des podcasts, du web documentaire, l'expansion de contenus sur YouTube et l'intensification des publications sur le web invitent à scénariser davantage les contenus éditoriaux et à apporter un soin particulier à leur mise en forme. Si la mission principale du journaliste est de transmettre avec objectivité, des informations/des faits vérifiés et « retravaillés » présentant un intérêt pour le public, il doit s'adapter à l'évolution constante des médias digitaux et à une nouvelle logique d'écriture et de production plus rapide, plus dense en contenus plurimédia.

ACTIVITÉS VISÉES

Constitution, actualisation permanente et qualification d'une base informationnelle et relationnelle

Sélection et présentation d'un thème, d'un angle journalistique et des modalités de traitement en conférence de rédaction ou auprès du rédacteur en chef

Planification de son activité : calendrier, recueil des éléments complémentaires nécessaires à la production d'information (interview, tournage, enregistrements sonores, vidéos, photographie, iconographie...)

Réalisation d'une enquête, d'un reportage ... sur le terrain, d'une interview, selon les formats retenus

Production et scénarisation d'un contenu journalistique

Sécurisation de sa production éditoriale

Développement de son identité numérique et animation de son lectorat / auditoire

Promotion de ses productions journalistiques et suivi de leur impact

Veille sur les technologies au service de son activité journalistique et de la promotion de celle-ci

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Constituer une base personnelle permanente et structurée de données informationnelles, en effectuant une revue de presse quotidienne, en utilisant les outils / plateformes de veille et agrégateurs de flux adaptés (Feedly, Google Alert, Netvibes...), ainsi que les logiciels d'automatisation de la collecte, en exploitant avec les précautions nécessaires les sources sur abonnement ou ouvertes, dont celles de l'OSINT (Open Source INTelligence ou renseignement) et les procédés technologiques, tels que l'IA générative, afin d'enrichir ses connaissances dans son ou ses domaines d'expertise journalistique, de repérer et d'extraire à tout moment des éléments informationnels nécessaires au traitement d'un sujet journalistique.

A partir d'une commande (rédacteur en chef, entreprise, collectivité territoriale...) ou d'une démarche personnelle, rechercher activement des informations ciblées, en s'appuyant sur sa veille, en recueillant et analysant des témoignages et points de vue différents, afin de définir des thèmes ou sujets porteurs, en lien avec la ligne éditoriale du commanditaire ou avec son projet de production journalistique.

Au regard des sujets à traiter, interagir avec un réseau pertinent d'informateurs, d'experts (institutions, entreprises, politiques, société civile, citoyens...), via des prises de contact régulières, des interviews, des participations à des événements, la lecture de blogs, la consultation de médias sociaux, en veillant à maintenir un rapport de confiance et à protéger ses sources d'information, afin de compléter, vérifier des données d'information.

Organiser les documents collectés, en les sélectionnant en fonction de leur pertinence, de leur chronologie, en les hiérarchisant, en les répertoriant par thème (politique, économie, écologie ...), pour faciliter leur exploitation dans le cadre du sujet retenu, de leur type de traitement et de leur(s) modalité(s) de diffusion.

Vérifier la légitimité des sources et la fiabilité des données informationnelles collectées (écrits / photos / vidéos ...), en les analysant via une stratégie de Fact-checking (vérification des faits) potentiellement soutenue par le recours à l'IA (intelligence artificielle) et en recoupant les points de vue variés et contradictoires d'informateurs / d'experts, dans l'objectif de livrer une information journalistique fiable.

A partir du thème général envisagé, définir un sujet et un angle journalistique en cohérence avec la ligne éditoriale, en repérant les leviers d'intérêt des publics cibles (auditeurs, internautes ...), en sélectionnant des points saillants originaux et des titres percutants, afin de structurer un contenu et de donner une orientation précise à l'article / reportage / enquête.

En conférence de rédaction ou face à un rédacteur en chef, argumenter le choix d'un sujet et d'un angle, en mettant en valeur leur impact potentiel et distinctif, leur correspondance avec la ligne éditoriale du média et les attentes du lectorat ou de l'auditoire, afin d'en obtenir la validation.

Proposer des modalités de traitement journalistique (format, genre, ton, titre...) et des choix rédactionnels (style, vocabulaire ...) en adéquation avec le support de diffusion et la ligne éditoriale, dans le respect de la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, en vue de produire un contenu informationnel distinctif, compréhensible par la cible (lecteur, internaute, auditeur ...) et accessible pour tous, y compris pour les personnes en situation de handicap

(audiodescription, alternative textuelle ...).

Définir les grandes lignes de la réalisation de sa production, selon le format retenu (réalisation d'une enquête, d'un reportage, d'une interview, d'un portrait ... « sur le terrain »), en prenant en compte le contexte (géopolitique, social, type d'événement couvert ...), en préparant le synopsis / conducteur et les questions à poser, en déterminant les ressources nécessaires et les profils à interviewer, afin de mener à bien sa mission sur le terrain et optimiser le traitement de sa production.

Elaborer le plan de travail, en intégrant les contraintes de bouclage et les coûts de production, en s'assurant de la disponibilité des ressources humaines (cameraman, preneur de son ... et/ou personnes interviewées), techniques et logistiques nécessaires, en s'assurant de l'obtention de l'accord des contacts et/ou des autorisations nécessaires et en veillant à limiter le coût écologique de la production (déplacements, impressions papier ...), pour assurer la production et la transmission à la rédaction du contenu journalistique dans les délais et la sécuriser.

Capter les images et les sons complétant et illustrant ses données initiales sur le sujet, en exploitant l'ensemble des fonctionnalités du matériel technique de réalisation (caméra, micro, appareil photo, enregistreur portable, smartphone ...), des logiciels et applications mobiles associés au traitement des images et des sons, afin d'assurer la production d'un contenu de qualité, diffusable sur divers supports.

Conduire des interviews, en s'appuyant sur ses investigations sur le sujet, en pratiquant une écoute active, en utilisant les techniques de questionnement, de reformulation et de relance, pour enrichir et crédibiliser un contenu et/ou animer un plateau d'invités/débat enregistré ou dans les conditions du direct.

A partir de l'ensemble des données collectées et recoupées, créer un contenu structuré et non discriminant, en mobilisant les techniques d'écriture narrative, audiovisuelle et/ou SEO/SEA (titrairie et chapô percutants, 5W, mots clés qualifiés, ton narratif correspondant au format retenu (brève, magazine, reportage, enquête, chronique radio ...) ...), en recourant avec discernement à une pratique de l'IA générative, en sélectionnant, étalonnant et mixant les images et le son, en mettant en valeur le message essentiel dans le respect des normes de la langue française, afin de produire de l'information à forte valeur ajoutée, de soutenir la lisibilité du contenu et de susciter l'intérêt du lecteur / auditeur / internaute.

Calibrer son contenu en fonction de son format de publication / diffusion (page web, vidéo, podcast...), en déterminant le nombre de signes, le gabarit, la durée de la diffusion, l'enrobé ou la mise en page combinant texte, visuels, son, vidéo ..., afin d'améliorer l'efficacité du contenu et d'accroître le trafic.

Enrichir le contenu de la production journalistique, pour susciter l'intérêt du public et développer l'audience, en scénarisant le rédactionnel au moyen de data, de ressources iconographiques, sonores, visuelles, web... adaptées, en prenant en compte les habitudes de consommation de l'information par le lectorat visé (grand public, public professionnel...) et ses contraintes d'accessibilité (notamment pour les personnes en situation de handicap).

Intégrer les contraintes juridiques et obligations réglementaires liées à l'activité journalistique (respect du droit à l'image, de la vie privée, de la présomption d'innocence ...), afin de ne pas s'exposer ni exposer le média à des risques juridiques sur l'ensemble des publications (parution print, publication web, diffusion radiophonique, audiovisuelle, diffusion sur plateformes, réseaux sociaux) et d'obtenir le « Prêt à Diffuser / Publier ».

Appliquer les principes déontologiques rattachés à l'exercice de l'activité journalistique et à la production de contenus (protection du secret de ses sources, refus du plagiat, des accusations infondées, de la diffamation, des méthodes déloyales pour obtenir l'information ...), en conformité avec la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, afin de pérenniser son activité et d'assurer son capital confiance, dans le respect des devoirs du journaliste.

Faire vivre des contenus d'information, en utilisant à bon escient les réseaux sociaux (Instagram, X, LinkedIn ...) et/ou plateformes professionnelles (Wix, Squarespace, Profilculture, Indeed...), en dialoguant avec son audience (commentaires sur les réseaux sociaux, courrier des lecteurs ...) tout en s'assurant d'une bonne maîtrise des risques liés à la diffusion des contenus (fake news, usage mal intentionné...), afin d'améliorer la viralité et la fiabilité de ses contenus et de fédérer autour de ses publications.

Animer des communautés ou groupes de discussion sur les médias sociaux généralistes et spécialisés, sur des blogs ou sur son site web, par la curation de contenus, la publication régulière d'articles ou de posts accessibles pour tous (dont les personnes en situation de handicap), en modérant les échanges, dans l'objectif de mieux répondre aux attentes et intérêts des lecteurs / internautes / auditeurs sur des sujets généralistes ou spécifiques, d'entretenir un lien de confiance avec son lectorat, ses confrères et les médias et de les fidéliser.

Mettre en place des actions visant à amplifier sa couverture médiatique, en publiant ses productions sur les médias et réseaux sociaux (Facebook Journalism Project, Datagueule, Wordpress Podcast...), sur son blog ou sur son site web, via divers formats d'information (stories, podcast, audio-numérique...), en créant des flux d'interactions avec des visiteurs, abonnés et followers (X, LinkedIn, YouTube...), en optimisant son référencement par l'ajout de liens qualifiés, de vidéos, d'interviews d'experts ..., en identifiant et traitant des thématiques selon un angle susceptible d'intéresser

les grands organes de presse et de diffusion de l'information, pour développer son personal branding dans l'espace public et décrocher des commandes d'articles, reportages, enquêtes ...

Analyser le trafic généré par ses publications / diffusions et leur impact, en comparant le périmètre médiatique couvert avec celui souhaité, à partir d'indicateurs clés (nombre d'articles, mentions de partages sur les réseaux sociaux, répétition de ses messages ...), afin d'ajuster son plan de publication / diffusion.

Développer son réseau professionnel, en participant à des manifestations et événements ciblés favorisant les interactions professionnelles (Assises du Journalisme, Press Club de France, Prix Bayeux, Déjeuners de presse), en envoyant des notifications, relatives à la parution de ses articles, reportages ..., à l'attention de ses abonnés/followers et des rédactions, afin d'accroître son audience auprès de nouveaux publics et de commanditaires potentiels.

Se tenir informé sur les innovations au service de son activité, ainsi que sur la réglementation encadrant leur usage (formats de production et de diffusion de l'actualité, services associés proposés aux abonnés ...), via des interactions avec les acteurs technologiques, par le recours aux plateformes de services aux journalistes (MediaConnect, Tagadey ...), afin d'optimiser et de pérenniser son activité.

Blocs de compétences

RNCP38950BC01 — Conduire et traiter une veille informationnelle pour définir un sujet journalistique

LISTE DE COMPÉTENCES

Constituer une base personnelle permanente et structurée de données informationnelles, en effectuant une revue de presse quotidienne, en utilisant les outils / plateformes de veille et agrégateurs de flux adaptés (Feedly, Google Alert, Netvibes...), ainsi que les logiciels d'automatisation de la collecte, en exploitant avec les précautions nécessaires les sources sur abonnement ou ouvertes, dont celles de l'OSINT (Open Source INTelligence ou renseignement) et les procédés technologiques, tels que l'IA générative, afin d'enrichir ses connaissances dans son ou ses domaines d'expertise journalistique, de repérer et d'extraire à tout moment des éléments informationnels nécessaires au traitement d'un sujet journalistique.

A partir d'une commande (rédacteur en chef, entreprise, collectivité territoriale...) ou d'une démarche personnelle, rechercher activement des informations ciblées, en s'appuyant sur sa veille, en recueillant et analysant des témoignages et points de vue différents, afin de définir des thèmes ou sujets porteurs, en lien avec la ligne éditoriale du commanditaire ou avec son projet de production journalistique.

Au regard des sujets à traiter, interagir avec un réseau pertinent d'informateurs, d'experts (institutions, entreprises, politiques, société civile, citoyens...), via des prises de contact régulières, des interviews, des participations à des événements, la lecture de blogs, la consultation de médias sociaux, en veillant à maintenir un rapport de confiance et à protéger ses sources d'information, afin de compléter, vérifier des données d'information.

Organiser les documents collectés, en les sélectionnant en fonction de leur pertinence, de leur chronologie, en les hiérarchisant, en les répertoriant par thème (politique, économie, écologie ...), pour faciliter leur exploitation dans le cadre du sujet retenu, de leur type de traitement et de leur(s) modalité(s) de diffusion.

Vérifier la légitimité des sources et la fiabilité des données informationnelles collectées (écrits / photos / vidéos ...), en les analysant via une stratégie de Fact-checking (vérification des faits) potentiellement soutenue par le recours à l'IA (intelligence artificielle) et en recoupant les points de vue variés et contradictoires d'informateurs / d'experts, dans l'objectif de livrer une information journalistique fiable.

A partir du thème général envisagé, définir un sujet et un angle journalistique en cohérence avec la ligne éditoriale, en repérant les leviers d'intérêt des publics cibles (auditeurs, internautes ...), en sélectionnant des points saillants originaux et des titres percutants, afin de structurer un contenu et de donner une orientation précise à l'article / reportage / enquête.

En conférence de rédaction ou face à un rédacteur en chef, argumenter le choix d'un sujet et d'un angle, en mettant en valeur leur impact potentiel et distinctif, leur correspondance avec la ligne éditoriale du média et les attentes du lectorat ou de l'auditoire, afin d'en obtenir la validation.

Proposer des modalités de traitement journalistique (format, genre, ton, titre...) et des choix rédactionnels (style, vocabulaire ...) en adéquation avec le support de diffusion et la ligne éditoriale, dans le respect de la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, en vue de produire un contenu informationnel distinctif, compréhensible par la cible (lecteur, internaute, auditeur ...) et accessible pour tous, y compris pour les personnes en situation de handicap (audiodescription, alternative textuelle ...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale soutenue par une production écrite

RNCP38950BC02 — Produire un contenu éditorial destiné aux formats print, digital, sonore, image

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les grandes lignes de la réalisation de sa production, selon le format retenu (réalisation d'une enquête, d'un reportage, d'une interview, d'un portrait ... « sur le terrain »), en prenant en compte le contexte (géopolitique, social, type d'événement couvert ...), en préparant le synopsis / conducteur et les questions à poser, en déterminant les ressources nécessaires et les profils à interviewer, afin de mener à bien sa mission sur le terrain et optimiser le traitement de sa production.

Elaborer le plan de travail, en intégrant les contraintes de bouclage et les coûts de production, en s'assurant de la disponibilité des ressources humaines (cameraman, preneur de son ... et/ou personnes interviewées), techniques et logistiques nécessaires, en s'assurant de l'obtention de l'accord des contacts et/ou des autorisations nécessaires et en veillant à limiter le coût écologique de la production (déplacements, impressions papier ...), pour assurer la production et la transmission à la rédaction du contenu journalistique dans les délais et la sécuriser.

Capter les images et les sons complétant et illustrant ses données initiales sur le sujet, en exploitant l'ensemble des fonctionnalités du matériel technique de réalisation (caméra, micro, appareil photo, enregistreur portable, smartphone ...), des logiciels et applications mobiles associés au traitement des images et des sons, afin d'assurer la production d'un contenu de qualité, diffusable sur divers supports.

Conduire des interviews, en s'appuyant sur ses investigations sur le sujet, en pratiquant une écoute active, en utilisant les techniques de questionnement, de reformulation et de relance, pour enrichir et crédibiliser un contenu et/ou animer un plateau d'invités/débat enregistré ou dans les conditions du direct.

A partir de l'ensemble des données collectées et recoupées, créer un contenu structuré et non discriminant, en mobilisant les techniques d'écriture narrative, audiovisuelle et/ou SEO/SEA (titraire et chapô percutants, 5W, mots clés qualifiés, ton narratif correspondant au format retenu (brève, magazine, reportage, enquête, chronique radio ...) ...), en recourant avec discernement à une pratique de l'IA générative, en sélectionnant, étalonnant et mixant les images et le son, en mettant en valeur le message essentiel dans le respect des normes de la langue française, afin de produire de l'information à forte valeur ajoutée, de soutenir la lisibilité du contenu et de susciter l'intérêt du lecteur / auditeur / internaute.

Calibrer son contenu en fonction de son format de publication / diffusion (page web, vidéo, podcast...), en déterminant le nombre de signes, le gabarit, la durée de la diffusion, l'enrobé ou la mise en page combinant texte, visuels, son, vidéo ..., afin d'améliorer l'efficacité du contenu et d'accroître le trafic.

Enrichir le contenu de la production journalistique, pour susciter l'intérêt du public et développer l'audience, en scénarisant le rédactionnel au moyen de data, de ressources iconographiques, sonores, visuelles, web... adaptées, en prenant en compte les habitudes de consommation de l'information par le lectorat visé (grand public, public professionnel...) et ses contraintes d'accessibilité (notamment pour les personnes en situation de handicap).

Intégrer les contraintes juridiques et obligations réglementaires liées à l'activité journalistique (respect du droit à l'image, de la vie privée, de la présomption d'innocence ...), afin de ne pas s'exposer ni exposer le média à des risques juridiques sur l'ensemble des publications (parution print, publication web, diffusion radiophonique, audiovisuelle, diffusion sur plateformes, réseaux sociaux) et d'obtenir le « Prêt à Diffuser / Publier ».

Appliquer les principes déontologiques rattachés à l'exercice de l'activité journalistique et à la production de contenus (protection du secret de ses sources, refus du plagiat, des accusations infondées, de la diffamation, des méthodes déloyales pour obtenir l'information ...), en conformité avec la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, afin de pérenniser son activité et d'assurer son capital confiance, dans le respect des devoirs du journaliste.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Productions écrites

Production de contenus éditoriaux (dont audiovisuel)

Présentation orale et entretien avec le jury

RNCP38950BC03 — Valoriser une production journalistique à des fins d'audience et de notoriété

LISTE DE COMPÉTENCES

Faire vivre des contenus d'information, en utilisant à bon escient les réseaux sociaux (Instagram, X, LinkedIn ...) et/ou plateformes professionnelles (Wix, Squarespace, Profilculture, Indeed...), en dialoguant avec son audience (commentaires sur les réseaux sociaux, courrier des lecteurs ...) tout en s'assurant d'une bonne maîtrise des risques liés à la diffusion des contenus (fake news, usage mal intentionné...), afin d'améliorer la viralité et la fiabilité de ses contenus et de fédérer autour de ses publications.

Animer des communautés ou groupes de discussion sur les médias sociaux généralistes et spécialisés, sur des blogs

ou sur son site web, par la curation de contenus, la publication régulière d'articles ou de posts accessibles pour tous (dont les personnes en situation de handicap), en modérant les échanges, dans l'objectif de mieux répondre aux attentes et intérêts des lecteurs / internautes / auditeurs sur des sujets généralistes ou spécifiques, d'entretenir un lien de confiance avec son lectorat, ses confrères et les médias et de les fidéliser.

Mettre en place des actions visant à amplifier sa couverture médiatique, en publiant ses productions sur les médias et réseaux sociaux (Facebook Journalism Project, Datagueule, Wordpress Podcast...), sur son blog ou sur son site web, via divers formats d'information (stories, podcast, audio-numérique...), en créant des flux d'interactions avec des visiteurs, abonnés et followers (X, LinkedIn, YouTube...), en optimisant son référencement par l'ajout de liens qualifiés, de vidéos, d'interviews d'experts ..., en identifiant et traitant des thématiques selon un angle susceptible d'intéresser les grands organes de presse et de diffusion de l'information, pour développer son personal branding dans l'espace public et décrocher des commandes d'articles, reportages, enquêtes ...

Analyser le trafic généré par ses publications / diffusions et leur impact, en comparant le périmètre médiatique couvert avec celui souhaité, à partir d'indicateurs clés (nombre d'articles, mentions de partages sur les réseaux sociaux, répétition de ses messages ...), afin d'ajuster son plan de publication / diffusion.

Développer son réseau professionnel, en participant à des manifestations et événements ciblés favorisant les interactions professionnelles (Assises du Journalisme, Press Club de France, Prix Bayeux, Déjeuners de presse), en envoyant des notifications, relatives à la parution de ses articles, reportages ..., à l'attention de ses abonnés/followers et des rédactions, afin d'accroître son audience auprès de nouveaux publics et de commanditaires potentiels.

Se tenir informé sur les innovations au service de son activité, ainsi que sur la réglementation encadrant leur usage (formats de production et de diffusion de l'actualité, services associés proposés aux abonnés ...), via des interactions avec les acteurs technologiques, par le recours aux plateformes de services aux journalistes (MediaConnect, Tagadey ...), afin d'optimiser et de pérenniser son activité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Présentation orale et entretien avec le jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier s'exerce principalement dans les entreprises / organes de presse suivantes, que ce soit dans le secteur public ou le secteur privé :

presse généraliste ou spécialisée

presse locale-régionale-nationale-internationale ou gratuite

presse hebdomadaire, magazines,

sites d'informations (pure-player)

groupe média d'information

rédaction de presse écrite

rédaction de presse web

station de radio, sociétés radiophoniques

chaîne de TV et secteur audiovisuel pour la production vidéo (sociétés de production audiovisuelle,

sociétés filiales de production, sociétés de postproduction, sociétés de contenus audiovisuels...)

société de production (web-documentaire, enquête, reportage d'investigation)

agences de presse

éditeurs de presse

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les intitulés de poste dans les secteurs du journalisme sont divisés en 3 catégories :

a) l'intitulé principal est « journaliste » généraliste : Journaliste ; Pigiste ; Journaliste d'investigation/ journaliste enquêteur ; Journaliste reporter ; Journaliste deskeur ; Rédacteur/rédacteur de contenu public; Journaliste SR (Secrétaire de Rédaction) ; Correspondant de presse/correspondant de guerre ; Envoyé spécial ; Reporter ; Reporter présentateur ;

Agencier ; Localier Correspondant local ; Journaliste chroniqueur ; Journaliste animateur ; Journaliste présentateur ; Journaliste producer ; Chargé d'édition ; Assistant éditorial ; Assistant d'édition ; Editeur /rédacteur ; Éditorialiste ; Chroniqueur ; Chroniqueur commentateur ; Secrétaire de Rédaction ; Consultant rédacteur pour un média ou une production.

b) l'intitulé du journaliste qui se définit en fonction du support ou du format principal sous lequel il travaille :

Journaliste presse écrite ; Journaliste web /on line ; Journaliste web podcast ; Journaliste multimédia ; Rédacteur multimédia ; Journaliste de presse radio ; JRI Journaliste reporter d'image ; Journaliste télévision ; Journaliste vidéo ; Journaliste réalisateur; Journaliste monteur vidéo ; Reporter photographe ; Photojournaliste ; Journaliste photographe.

c) l'intitulé précise la spécificité du journaliste : Journaliste spécialisé (politique, économie, affaires étrangères, technologie, sport, automobile, juridique, santé, culture, beauté-mode ...) ; Data journaliste.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Pas de réglementation mais il existe un statut de "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.

La réglementation à respecter dans l'exercice du métier

Règlementation liée aux contenus

Depuis la loi PACTE de 2019, une représentation graphique (exemple : logo) n'est plus le seul signe représentatif d'une marque. Les fichiers audio, vidéo voire même un hologramme sont acceptés lors de l'enregistrement à l'INPI.

Ecriture et diffusion des messages, protection de la création sur Internet, mentions légales sur un site Internet, mise en conformité du site et de ses applications avec la réglementation sur les traceurs art 82 de la loi Informatique et Liberté et sur le consentement (Contrôle de la CNIL), exemple les cookies... Toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer (Article L581-5 du code de l'environnement).

Mise en conformité avec le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) sur l'accessibilité, le traitement, durée de conservation des données, droit d'opposition et risque de détournement des données

Respect de la vie privée, propriété intellectuelle, droit à l'image

L'utilisation de l'image d'une personne dans le cadre de photographies misent sur support imprimé ou numérique répond à certaines conditions. La publication ou la reproduction d'une photographie sur laquelle une personne est clairement reconnaissable n'est possible qu'avec son consentement préalable pour tout support de diffusion, que l'image lui soit préjudiciable ou non (Article 9 Code civil et 226-1 à 226-8 du Code pénal), autorisation des représentants légaux de mineurs, réputation, protection de l'enfance

La loi est le fondement même de l'existence de l'ARCOM (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), anciennement CSA Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la plupart de ses compétences. Celle du 30 septembre 1986 (n°86-1067), dont l'article 1er proclame la liberté de la communication au public par voie électronique, est ainsi la clé de voute du système français de régulation des activités de communication audiovisuelle. Maintes fois remaniée, elle fonde et encadre les prérogatives de l'Arcom et fixe les obligations des éditeurs de services de radio, de télévision ou de services de médias audiovisuels à la demande (SMAD)

Respect des droits d'auteur

On doit veiller au respect du droit d'auteur quand on utilise des slogans, logos ou photographies.

L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous : le droit moral. Article L. 111 du Code de la propriété intellectuelle. L'auteur possède ainsi des droits sur son œuvre notamment le droit de divulgation qui lui permet de décider si oui ou non son œuvre sera publiée et sous quelles modalités.

Utiliser une photo réalisée par un photographe doit, au préalable, obtenir l'autorisation de celui-ci. À défaut, il y aura poursuite pour violation du droit d'auteur.

Règles propres au Code de l'Environnement, art L.541-10-1

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)	2 461 €
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)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	38 931
Jugés difficiles à recruter	13 %
Emplois saisonniers	28 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition U1X80 — Professionnels des spectacles U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Avoir validé un niveau 4 et être capable a minima de contextualiser des faits et de comprendre son environnement politique, économique, social, culturel et maîtriser la langue française et l'écriture. Compréhension de la langue anglaise.

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

Le jury de délivrance de la certification est composé de 3 personnes : deux professionnels du métier visé - dont l'un assurera la présidence du jury - et un représentant du certificateur .

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	26/04/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/04/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	88	0	98 %	—
2021	80	0	98 %	80 %
2020	70	0	91 %	79 %
2019	75	0	96 %	66 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35743

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34463, RNCP34537, RNCP34594, RNCP35743, RNCP36624, RNCP37802

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38950/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	1
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Sessions	de 01/2024 à 06/2031

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	3
Parcours menés à terme	3
Taux d'achèvement	100 %
Période	10/2024 – 06/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	3
----------------------	---

Montant total engagé	22 500 €
Coût moyen par dossier	7 500 €
Durée moyenne	943 h
Période	10/2024 – 10/2025
Reste à charge titulaire	70 %
France compétences	30 %

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