

Journaliste

RNCP40281 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	321
Formacode(s)	46323
Code(s) ROME	E1205, E1106, E1104, E1105
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/02/2025
Date d'échéance	28/02/2030

Certificateur(s)

C.F.P.J · SIRET : 44955733900032

Partenaires habilités

24 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 24 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ANAPIJ - 92100	53145866900045	Former et organiser l'évaluation
CENTR.FORMATION PERFECTION.JOURNALISTES	77565955000047	Former et organiser l'évaluation
C.F.P.J	44955733900032	Former et organiser l'évaluation
ECOLE CFJ	45035532600023	Former et organiser l'évaluation
ECOLE SUPERIEURE DE COMMUNICATION PUBLICITE ET MARKETING DE LILLE	52401867800010	Former et organiser l'évaluation
ECOLE W, ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR TECHNIQUE PRIVE	82039641400022	Former et organiser l'évaluation
E.O.L	49139960600020	Former et organiser l'évaluation
E.O.L	49139960600046	Former et organiser l'évaluation
FORMADU	85115160500058	Former et organiser l'évaluation
FORMADU	85115160500066	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 24 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp40281-journaliste/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le secteur du journalisme connaît des transformations majeures dues à l'évolution technologique, à l'essor des médias numériques et à la mutation des modes de consommation de l'information. Ces changements exigent des compétences nouvelles et une adaptation continue des professionnels du journalisme. Ces conditions impactent particulièrement la polyvalence et les compétences numériques requises pour exercer le métier de journaliste.

Un journaliste doit pouvoir rédiger des articles, publier des contenus, gérer une banque d'images et de vidéos, animer les espaces numériques (réseaux sociaux, blogs, etc.) ou média numérique... Il est présent de la proposition de l'angle de traitement du sujet jusqu'à la livraison du prêt-à-diffuser. Le journaliste est aujourd'hui poly-compétent, doté d'une pensée analytique et critique, combinée à une connaissance des enjeux éthiques, ayant la capacité de mettre en contexte et d'approfondir les sujets, tout en s'adaptant à de multiples médias.

ACTIVITÉS VISÉES

Mise en place d'une veille d'information et de suivi de l'actualité

Enquête approfondie à la recherche de données fines vérifiées

Détermination de l'angle du sujet

Proposition et défense d'un sujet

Définition du format éditorial du sujet

Réalisation d'un sujet sur le terrain

Restitution de l'information selon le canal de diffusion

Rédaction d'un format long

Réécriture de l'information

Mise en scène de l'information dans les contenus journalistiques

Diffusion des contenus sur tous les supports

Vente d'un sujet auprès d'un média

Promotion de sa production journalistique

Développement professionnel dans une démarche d'amélioration continue

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mettre en place un système de veille, en mobilisant ses connaissances techniques, technologiques (numérique, IA...) et compétences éditoriales (lire un rapport, une enquête, un sondage...), en paramétrant les outils (logiciels, plateformes, applications...) visant le recueil de données (outils d'agrégation ou de curation de contenus, flux RSS, alertes...) afin de disposer d'informations provenant de sources documentaires diversifiées (sources institutionnelles, bases de données, réseaux professionnels, réseaux sociaux...).

Vérifier la fiabilité des sources documentaires d'informations par des actions d'analyse critique, en s'appuyant sur ses connaissances de l'écosystème médiatique, afin d'exclure de sa veille les sources documentaires dont la fiabilité n'est pas démontrée.

Rechercher des données fines en ligne (réseaux sociaux, dark web...) grâce à la mobilisation de méthodes et techniques d'investigation (enquêtes collaboratives, recours à l'OSINT, outils d'analyse des données en IA, outils de décryptage des informations sur les réseaux sociaux, géolocalisation...), dans le respect du cadre légal, éthique et déontologique applicable, afin de mettre au jour des informations nouvelles.

Cibler les informateurs (sources vives) de son réseau susceptibles d'enrichir, confirmer ou infirmer les informations recueillies, selon des critères pertinents (profession, activités connexes, réseau, recherche des motivations, recherche des sources primaires ...), en fonction du sujet traité, afin de les solliciter dans le respect de la déontologie journalistique (charte de Munich, charte de déontologie des journalistes ...), permettant ainsi de différencier les informations mensongères des informations exploitables (pertinentes et de qualité).

Mettre en place un système de sécurisation de ses sources et des données collectées en utilisant les moyens et technologies adaptées aux sources en présence et à la sensibilité des informations transmises (communications chiffrées, cryptage des données stockées, sécurisation des serveurs et des messageries, recours à des pseudonymes...), dans le respect du cadre légal applicable (documents, informations, images, interviews...), afin de préserver leur anonymat et éviter les fuites tout en préservant le droit de la presse et le droit à l'information.

Dégager l'angle éditorial à traiter au vu des informations obtenues, en tenant compte de la demande spécifique du commanditaire, de sa ligne éditoriale, des thèmes d'actualité retenant l'intérêt du public et de leur niveau d'impact sur la société et le média (inclusion, diversité, handicap...), afin de proposer un sujet en cohérence avec le projet éditorial et les caractéristiques du lectorat.

Hiérarchiser les informations recueillies en les triant de manière logique (chronologique, thématique, en fonction de leur nature ou de leur objectif...), en veillant à l'équilibre des points de vue, afin d'en mesurer le degré d'importance par rapport à l'angle éditorial retenu.

Identifier et formuler le message essentiel du sujet choisi, en appliquant la technique des 5W (Where, When, Why, Who, What), afin de retranscrire de façon concise l'intégralité de l'information.

Rédiger un synopsis conformément aux directives ou contraintes d'écriture du média auquel il est destiné (longueur, style, plan à suivre...), en veillant à démontrer la pertinence de l'angle choisi par rapport au thème, au contexte et au public visé, ainsi que la solidité et la fiabilité des informations recueillies et des sources à mobiliser, afin de disposer d'une présentation écrite reflétant son projet et suscitant l'intérêt.

Pitcher sa proposition de sujet en l'argumentant et la défendant lors d'une conférence de rédaction, afin de convaincre le rédacteur en chef ou le chef de service de son traitement et de la poursuite des travaux de production.

Analyser les contenus éditoriaux du média visé, en identifiant le type de sujets traités, le public visé, le ton, le style employés ainsi que les formats de traitement, en comparant ses publications avec celles réalisées par d'autres médias sur des sujets similaires, afin de permettre de cerner sa ligne éditoriale.

Déterminer le format éditorial (genre, calibre, mode de narration...) à adopter, en évaluant la qualité de la matière à collecter (exclusivité, temporalité, impact escompté...), afin de traiter l'information dans le respect de la ligne éditoriale du média visé et du canal de diffusion (print, TV, radio, web...) envisagé.

Préparer le sujet sur le terrain, en le structurant selon les points clés et idées force, et en établissant un plan de production équilibré des différentes sections, suivant un ordre logique, en soutien du message à délivrer.

Réaliser un sujet directement sur le terrain, en interviewant ses interlocuteurs, en tournant des images et en enregistrant des sons, à l'aide du matériel à disposition (smartphone, matériel de reportage...), tout en gérant les aléas du direct (techniques, météorologiques, absence de protagonistes...), afin de fournir une production diffusable sur tous les médias.

Définir le plan final du sujet, en respectant les règles de hiérarchisation de l'information (pyramide inversée), afin de donner une lisibilité immédiate au sujet.

Rédiger le sujet dans le genre journalistique et selon l'angle retenus, à partir de l'information collectée sur le terrain, dans le respect du cadre juridique (droit de la presse, droit à l'image...), des techniques et règles d'écriture et de storytelling journalistiques propres au média de diffusion (TV, print ou radio, web), afin de produire un contenu de qualité, réalisé dans les règles de l'art.

Produire des contenus journalistiques natifs pour les réseaux sociaux, qui encouragent l'interaction avec leurs destinataires, en adaptant le format (texte ou vidéo directement filmée et montée sur smartphone, insertion de hashtags, format adaptatif...), le style et les techniques narratives (storytelling, ton, style de la titraille, incarnation...) aux spécificités de chaque réseau et ses modes d'accès, afin de constituer une communauté et l'engager.

Réaliser un format journalistique long intégrant un travail d'enquête approfondi, en respectant les règles et les techniques d'écriture propres à ces productions (écriture sensible, incarnation de l'information, valorisation des situations et des sources...), afin de retranscrire un travail d'enquête fourni dans un format vulgarisé.

Dynamiser l'enquête, en appliquant les techniques narratives (dramaturgie, valorisation des enjeux du sujet...), afin de soutenir l'attention du public jusqu'à la fin de la production, en veillant à son accessibilité aux personnes en situation de handicap.

Réorganiser et réécrire une matière existante (dépêches, articles, images d'agence...)

Réorganiser et réécrire une matière existante (dépêches, articles, images d'agence...), en utilisant les outils pertinents (code ortho-typographique, logiciel de montage pour les desks et les off, IA...), selon le contenu en présence, dans le respect de la réglementation applicable, afin d'optimiser sa lisibilité par le destinataire final.

Composer un editing fondé sur les mots-clés, afin d'optimiser le « référencement naturel » (search engine optimization ou SEO) des contenus journalistiques d'un site.

Habiller le contenu journalistique lors de la diffusion en direct, en répartissant le message essentiel dans les différents niveaux de titraille (titre, chapô, légende, inter, lancement, synthés, bando...), dans le respect de la charte graphique et rédactionnelle du média, afin de favoriser la présentation et la lisibilité du sujet.

Traiter l'information à travers le visuel en mettant en image le sujet (photos, infographies, dataviz...), en s'assurant de l'accessibilité par les publics en situation de handicap et du respect de la réglementation applicable, grâce à l'utilisation d'outils d'édition print, web et audiovisuels (CMS, logiciels de montage intégrant l'IA...), en collaboration avec les différents métiers de la rédaction, afin de soutenir les informations complexes et enrichir l'expérience utilisateur.

Mettre en ligne des articles dans un système de gestion de contenus (CMS) en respectant les niveaux de titre (balises h2, h3...), afin d'optimiser sa diffusion auprès du public cible.

Gérer la communauté de lecteurs ou de consommateurs de sa production journalistique, après avoir analysé le niveau de performance des audiences, en répondant à ses sollicitations (réponses aux questions et commentaires) et en maintenant son intérêt par la publication ou le partage de nouveaux contenus, afin de l'engager et la fidéliser. Élaborer une stratégie de vente en fonction du média visé, en identifiant les décideurs et les sujets susceptibles de les intéresser, afin de la déployer auprès des interlocuteurs clés.

Constituer et entretenir un réseau professionnel de référents au sein des rédactions, en s'appuyant sur sa connaissance du métier et de l'écosystème médiatique, afin de permettre sa mobilisation quand nécessaire.

Négocier les conditions d'une collaboration éditoriale avec un média, en démontrant l'adéquation de son parcours et de ses compétences avec la ligne éditoriale du média et le sujet envisagé, afin d'obtenir les conditions les plus favorables au regard du statut et du contrat proposés (pige, CDD, CDDU...).

Réaliser des actions de promotion multicanale de sa production et de son parcours journalistique, en rédigeant et diffusant des textes et posts de présentation sur différents médias (réseaux sociaux, blogs, sites...), en veillant à leur accessibilité aux publics en situation de handicap, et en répondant à des interviews et autres sollicitations de son réseau, afin d'accroître sa visibilité et toucher un public élargi.

Présenter sa production journalistique au public ou lors d'événements professionnels, en valorisant les actions menées (travaux de recherche et d'enquête, interviews, écriture...) ainsi que les différents protagonistes (médias, financeurs, diffuseurs...) ayant participé au projet, selon les interlocuteurs visés, tout en conservant la confidentialité des données sensibles, afin de la promouvoir et envisager de nouvelles collaborations.

Mettre en place un système de veille de son environnement et écosystème professionnel (cadre juridique, évolution des statuts, éthique, déontologique, techniques et outils journalistiques, nouveaux médias, nouveaux modes de consommation, intégration des nouvelles technologies dans les modes de travail, notamment l'IA...), afin d'anticiper les évolutions de la profession et s'y adapter.

Adapter ses pratiques professionnelles aux évolutions de la profession et de son environnement (économique, technologique...), en mettant en œuvre une stratégie de développement de ses connaissances et compétences (formations, échanges avec ses pairs...) et d'amélioration continue (analyse de pratiques, analyse d'audiences, prise en compte des retours et critiques...), afin de maintenir son activité au niveau d'efficacité et de qualité requis.

Blocs de compétences

RNCP40281BC01 — Recherche et hiérarchisation d'une information vérifiée

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place un système de veille, en mobilisant ses connaissances techniques, technologiques (numérique, IA...) et compétences éditoriales (lire un rapport, une enquête, un sondage...), en paramétrant les outils (logiciels, plateformes, applications...) visant le recueil de données (outils d'agrégation ou de curation de contenus, flux RSS, alertes...) afin de disposer d'informations provenant de sources documentaires diversifiées (sources institutionnelles, bases de données, réseaux professionnels, réseaux sociaux...).

Vérifier la fiabilité des sources documentaires d'informations par des actions d'analyse critique, en s'appuyant sur ses connaissances de l'écosystème médiatique, afin d'exclure de sa veille les sources documentaires dont la fiabilité n'est pas démontrée.

Rechercher des données fines en ligne (réseaux sociaux, dark web...) grâce à la mobilisation de méthodes et techniques d'investigation (enquêtes collaboratives, recours à l'OSINT, outils d'analyse des données en IA, outils de décryptage des informations sur les réseaux sociaux, géolocalisation...), dans le respect du cadre légal, éthique et déontologique applicable, afin de mettre au jour des informations nouvelles.

Cibler les informateurs (sources vives) de son réseau susceptibles d'enrichir, confirmer ou infirmer les informations recueillies, selon des critères pertinents (profession, activités connexes, réseau, recherche des motivations, recherche des sources primaires ...), en fonction du sujet traité, afin de les solliciter dans le respect de la déontologie journalistique (charte de Munich, charte de déontologie des journalistes ...), permettant ainsi de différencier les informations mensongères des informations exploitables (pertinentes et de qualité).

Mettre en place un système de sécurisation de ses sources et des données collectées en utilisant les moyens et technologies adaptées aux sources en présence et à la sensibilité des informations transmises (communications chiffrées, cryptage des données stockées, sécurisation des serveurs et des messageries, recours à des pseudonymes...), dans le respect du cadre légal applicable (documents, informations, images, interviews...), afin de préserver leur anonymat et éviter les fuites tout en préservant le droit de la presse et le droit à l'information.

Dégager l'angle éditorial à traiter au vu des informations obtenues, en tenant compte de la demande spécifique du

commanditaire, de sa ligne éditoriale, des thèmes d'actualité retenant l'intérêt du public et de leur niveau d'impact sur la société et le média (inclusion, diversité, handicap...), afin de proposer un sujet en cohérence avec le projet éditorial et les caractéristiques du lectorat.

Hiérarchiser les informations recueillies en les triant de manière logique (chronologique, thématique, en fonction de leur nature ou de leur objectif...), en veillant à l'équilibre des points de vue, afin d'en mesurer le degré d'importance par rapport à l'angle éditorial retenu.

Identifier et formuler le message essentiel du sujet choisi, en appliquant la technique des 5W (Where, When, Why, Who, What), afin de retranscrire de façon concise l'intégralité de l'information.

Rédiger un synopsis conformément aux directives ou contraintes d'écriture du média auquel il est destiné (longueur, style, plan à suivre...), en veillant à démontrer la pertinence de l'angle choisi par rapport au thème, au contexte et au public visé, ainsi que la solidité et la fiabilité des informations recueillies et des sources à mobiliser, afin de disposer d'une présentation écrite reflétant son projet et suscitant l'intérêt.

Pitcher sa proposition de sujet en l'argumentant et la défendant lors d'une conférence de rédaction, afin de convaincre le rédacteur en chef ou le chef de service de son traitement et de la poursuite des travaux de production.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle portant sur la recherche et la hiérarchisation d'une information vérifiée donnant lieu à la remise d'un rapport écrit puis d'une soutenance orale

Mise en situation professionnelle donnant lieu à un jeu de rôles portant sur le pitch d'un sujet en conférence de rédaction

RNCP40281BC02 — Production de contenus journalistiques tous supports

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les contenus éditoriaux du média visé, en identifiant le type de sujets traités, le public visé, le ton, le style employés ainsi que les formats de traitement, en comparant ses publications avec celles réalisées par d'autres médias sur des sujets similaires, afin de permettre de cerner sa ligne éditoriale.

Déterminer le format éditorial (genre, calibre, mode de narration...) à adopter, en évaluant la qualité de la matière à collecter (exclusivité, temporalité, impact escompté...), afin de traiter l'information dans le respect de la ligne éditoriale du média visé et du canal de diffusion (print, TV, radio, web...) envisagé.

Préparer le sujet sur le terrain, en le structurant selon les points clés et idées force, et en établissant un plan de production équilibré des différentes sections, suivant un ordre logique, en soutien du message à délivrer.

Réaliser un sujet directement sur le terrain, en interviewant ses interlocuteurs, en tournant des images et en enregistrant des sons, à l'aide du matériel à disposition (smartphone, matériel de reportage...), tout en gérant les aléas du direct (techniques, météorologiques, absence de protagonistes...), afin de fournir une production diffusable sur tous les médias.

Définir le plan final du sujet, en respectant les règles de hiérarchisation de l'information (pyramide inversée), afin de donner une lisibilité immédiate au sujet.

Rédiger le sujet dans le genre journalistique et selon l'angle retenus, à partir de l'information collectée sur le terrain, dans le respect du cadre juridique (droit de la presse, droit à l'image...), des techniques et règles d'écriture et de storytelling journalistiques propres au média de diffusion (TV, print ou radio, web), afin de produire un contenu de qualité, réalisé dans les règles de l'art.

Produire des contenus journalistiques natifs pour les réseaux sociaux, qui encouragent l'interaction avec leurs destinataires, en adaptant le format (texte ou vidéo directement filmée et montée sur smartphone, insertion de hashtags, format adaptatif...), le style et les techniques narratives (storytelling, ton, style de la titraille, incarnation...) aux spécificités de chaque réseau et ses modes d'accès, afin de constituer une communauté et l'engager.

Réaliser un format journalistique long intégrant un travail d'enquête approfondi, en respectant les règles et les techniques d'écriture propres à ces productions (écriture sensible, incarnation de l'information, valorisation des situations et des sources...), afin de retranscrire un travail d'enquête fourni dans un format vulgarisé.

Dynamiser l'enquête, en appliquant les techniques narratives (dramaturgie, valorisation des enjeux du sujet...), afin de soutenir l'attention du public jusqu'à la fin de la production, en veillant à son accessibilité aux personnes en situation de handicap.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle portant sur la réalisation d'un sujet sur le terrain.

Mise en situation professionnelle portant sur la réalisation d'un format journalistique long.

RNCP40281BC03 — Édition de contenus journalistiques selon le support de diffusion

LISTE DE COMPÉTENCES

Réorganiser et réécrire une matière existante (dépêches, articles, images d'agence...), en utilisant les outils pertinents (code ortho-typographique, logiciel de montage pour les desks et les off, IA...), selon le contenu en présence, dans le respect de la réglementation applicable, afin d'optimiser sa lisibilité par le destinataire final.

Composer un editing fondé sur les mots-clés, afin d'optimiser le « référencement naturel » (search engine optimization ou SEO) des contenus journalistiques d'un site.

Habiller le contenu journalistique lors de la diffusion en direct, en répartissant le message essentiel dans les différents niveaux de titrage (titre, chapô, légende, inter, lancement, synthés, bando...), dans le respect de la charte graphique et rédactionnelle du média, afin de favoriser la présentation et la lisibilité du sujet.

Traiter l'information à travers le visuel en mettant en image le sujet (photos, infographies, dataviz...), en s'assurant de l'accessibilité par les publics en situation de handicap et du respect de la réglementation applicable, grâce à l'utilisation d'outils d'édition print, web et audiovisuels (CMS, logiciels de montage intégrant l'IA...), en collaboration avec les différents métiers de la rédaction, afin de soutenir les informations complexes et enrichir l'expérience utilisateur.

Mettre en ligne des articles dans un système de gestion de contenus (CMS) en respectant les niveaux de titre (balises h2, h3...), afin d'optimiser sa diffusion auprès du public cible.

Gérer la communauté de lecteurs ou de consommateurs de sa production journalistique, après avoir analysé le niveau de performance des audiences, en répondant à ses sollicitations (réponses aux questions et commentaires) et en maintenant son intérêt par la publication ou le partage de nouveaux contenus, afin de l'engager et la fidéliser.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle portant sur l'édition de contenus journalistiques.

RNCP40281BC04 — Développement de l'activité de journaliste

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer une stratégie de vente en fonction du média visé, en identifiant les décideurs et les sujets susceptibles de les intéresser, afin de la déployer auprès des interlocuteurs clés.

Constituer et entretenir un réseau professionnel de référents au sein des rédactions, en s'appuyant sur sa connaissance du métier et de l'écosystème médiatique, afin de permettre sa mobilisation quand nécessaire.

Négocier les conditions d'une collaboration éditoriale avec un média, en démontrant l'adéquation de son parcours et de ses compétences avec la ligne éditoriale du média et le sujet envisagé, afin d'obtenir les conditions les plus favorables au regard du statut et du contrat proposés (pige, CDD, CDDU...).

Réaliser des actions de promotion multicanale de sa production et de son parcours journalistique, en rédigeant et diffusant des textes et posts de présentation sur différents médias (réseaux sociaux, blogs, sites...), en veillant à leur accessibilité aux publics en situation de handicap, et en répondant à des interviews et autres sollicitations de son réseau, afin d'accroître sa visibilité et toucher un public élargi.

Présenter sa production journalistique au public ou lors d'événements professionnels, en valorisant les actions menées (travaux de recherche et d'enquête, interviews, écriture...) ainsi que les différents protagonistes (médias, financeurs, diffuseurs...) ayant participé au projet, selon les interlocuteurs visés, tout en conservant la confidentialité des données sensibles, afin de la promouvoir et envisager de nouvelles collaborations.

Mettre en place un système de veille de son environnement et écosystème professionnel (cadre juridique, évolution des statuts, éthique, déontologique, techniques et outils journalistiques, nouveaux médias, nouveaux modes de consommation, intégration des nouvelles technologies dans les modes de travail, notamment l'IA...), afin d'anticiper les évolutions de la profession et s'y adapter.

Adapter ses pratiques professionnelles aux évolutions de la profession et de son environnement (économique, technologique...), en mettant en œuvre une stratégie de développement de ses connaissances et compétences (formations, échanges avec ses pairs...) et d'amélioration continue (analyse de pratiques, analyse d'audiences, prise en compte des retours et critiques...), afin de maintenir son activité au niveau d'efficacité et de qualité requis.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction d'un dossier professionnel suivie d'une soutenance orale.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Média web, agence de presse, agence d'images, quotidien ou un hebdomadaire local, départemental, régional ou national, magazine spécialisé ou professionnel, site Internet d'un média écrit, station de radio, chaîne de télévision, webradio ou webTV, réseau social, société de production...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Journaliste
Journaliste reporter d'Image (JRI)
Rédacteur
Reporter
Journaliste d'agence
Agencier
Journaliste de presse écrite
Journaliste rédacteur de presse écrite
Journaliste reporter de presse écrite
Journaliste secrétaire de rédaction (SR)
Photographe de presse
Reporter photographe
Journaliste rédacteur TV
Journaliste présentateur TV
Journaliste de télévision
Journaliste de radio
Journaliste présentateur radio
Journaliste web
Journaliste multimédia
Journaliste de desk
Journaliste community manager
Journaliste pigiste
Data journaliste
Coordinateur d'émission ou d'édition
Enquêteur

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

La Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels (CCIJP) a été créée par la loi du 29 mars 1935. Elle délivre la carte d'identité des journalistes professionnels aux postulants qui remplissent les conditions fixées par cette même loi, article L 7111-3.

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	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 477 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · 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)	4 752
Jugés difficiles à recruter	22 %
Emplois saisonniers	19 %

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Justifier d'une certification de niveau 4 ou de 12 mois d'expérience en journalisme

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir réalisé 200 heures d'immersion professionnelle au sein d'une structure privée ou publique en tant que journaliste ou détenir une carte de presse

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

1 représentant de l'organisme certificateur CFPJ,

2 professionnels extérieurs au CFPJ, journalistes en activité.

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	12 000 €
Selon la branche	9 450 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
12 000 €	Valeur par défaut · 212 branches
9 450 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat

Base légale

Date de décision	28/02/2025
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/02/2030
Date de dernière délivrance possible	28/02/2034

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	132	6	94 %	95 %
2022	89	5	94 %	92 %
2021	24	0	95 %	64 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34463

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP34537, RNCP34594, RNCP38922, RNCP38950

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.cfj.com/formation/devenir-journaliste>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40281/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	11 160 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	10/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	5
Montant total engagé	29 236 €
Coût moyen par dossier	5 847 €
Durée moyenne	205 h
Période	09/2025 – 01/2026
France compétences	36 %
OPCO	34 %
Reste à charge titulaire	30 %

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