

GUIDE DE L'APPRENANT

Mastère I Manager de la communication omnicanal



IFIC
École de
journalisme
communication



MOT DU FONDATEUR

Bienvenue à l'IFIC !

En choisissant notre Mastère Manager de la communication omnicanal, année 1, vous avez fait bien plus qu'un choix de formation : vous avez affirmé votre volonté de devenir un professionnel engagé, créatif et porteur de sens.

À l'IFIC, nous croyons profondément à la force de la parole, de l'image, du récit. Ces outils façonnent notre monde, construisent les liens entre les individus, les territoires, les cultures. Notre mission est de vous apprendre à les maîtriser, mais surtout à les incarner. Car ici, enseignants, professionnels et direction vivent chaque jour ce qu'ils transmettent. Nous sommes un centre de formation à taille humaine, exclusivement dédié à la communication et au journalisme, où chaque parcours compte, chaque voix mérite d'être entendue.

Vous entrez dans un monde en transition – numérique, écologique, sociale – qui attend de vous des idées, du courage et de la responsabilité. Croyez en votre étoile, cultivez votre singularité. Le métier que vous avez choisi est beau, exigeant, mais profondément utile. À l'IFIC, nous vous aiderons à y trouver votre place, à grandir en confiance et à construire un avenir qui vous ressemble.

Marc-Alexis Roquejoffre

SOMMAIRE

01

L'IFIC

02

Le Mastère I

03

**Les références
réglementaires
et citoyennes**

Institut de Formation
à l'information et à la communication



Formations

Communication
Journalisme

de Bac à Bac+5

Formation

Communi
Journalism

de Bac à B

L'IFIC



04 73



www.ifi

SUIVEZ-NOUS



04 73 756

www.ific-for

SUIVEZ-NOUS



PRÉSENTATION DE L'IFIC

Nous avons pour vocation de préparer les futurs professionnels de la communication et du journalisme aux réalités et aux évolutions du secteur. Conscients de l'importance d'une formation adaptée aux exigences du marché, nous développons des programmes qui allient théorie et mise en pratique.

Notre objectif est de former des experts capables d'analyser, concevoir et diffuser des messages percutants, que ce soit dans les domaines du journalisme, des relations publiques ou du marketing digital.

L'innovation pédagogique est au cœur de notre démarche, avec des mises en situation inspirées du monde professionnel et une approche concrète des métiers de la communication.

En collaborant étroitement avec des entreprises et des institutions, nous assurons une formation qui répond aux attentes des recruteurs et qui favorise l'insertion professionnelle de nos étudiants. L'IFIC se distingue par sa volonté de proposer un enseignement qui dépasse le cadre académique, en favorisant l'autonomie et la créativité de chacun.

Nos principes fondamentaux guident nos actions et définissent notre identité.

Nous plaçons l'éthique et la responsabilité au centre de notre enseignement, convaincus que les professionnels de l'information et de la communication doivent évoluer avec rigueur et intégrité.

L'excellence académique est une priorité, mais nous veillons aussi à ce que nos étudiants développent une capacité d'adaptation et une curiosité intellectuelle essentielles dans un domaine où les technologies et les tendances évoluent sans cesse.

La bienveillance est également un élément clé de notre philosophie, car nous souhaitons créer un environnement où chacun se sent encouragé à donner le meilleur de lui-même.

L'esprit d'initiative et la prise de décision sont fortement valorisés, permettant aux étudiants de développer une posture proactive face aux défis qui les attendent.

Enfin, nous croyons fermement en l'importance de la transmission du savoir, non seulement par les enseignants et les professionnels qui interviennent dans nos formations, mais aussi entre les étudiants eux-mêmes, favorisant une dynamique d'apprentissage enrichissante et un engagement collectif fort.

LA DIRECTION

Co-fondateur de l'IFIC, est un journaliste chevronné avec plus de 30 ans d'expérience dans le domaine des médias. Ancien grand reporter, correspondant et présentateur de journal radio, d'émissions de télévision, il a travaillé pour des chaînes nationales et internationales, couvrant des événements d'actualité majeurs. Sa riche carrière et sa passion pour le journalisme se reflètent dans la Prépa IFIC Journalisme, où il transmet son expertise et ses conseils précieux aux étudiants qui se préparent à entrer dans les meilleures écoles de journalisme.

Cette transmission d'expérience est un véritable atout pour les futurs journalistes en quête d'excellence.

À l'IFIC, il assure personnellement la gestion de l'école mais aussi des cours de communication et de journalisme.

Marc-Alexis Roquejoffre



Marité Roquejoffre



"En tant que chargée des relations étudiants/entreprises à l'IFIC, mon rôle est avant tout d'accompagner et de créer du lien. Je suis présente à chaque étape du parcours étudiant : du recrutement à l'insertion professionnelle, en passant par le suivi des formations et la préparation aux entretiens. Mais ma mission ne s'arrête pas aux étudiants. J'attache une importance particulière aux relations avec les entreprises, car elles sont des partenaires clés de la réussite de nos jeunes talents. Toujours à l'écoute des besoins des recruteurs, je facilite la mise en relation avec les étudiants et m'assure que chaque collaboration soit une réussite, adaptée aux attentes des deux parties.

Être disponible, réactive et proche de chacun, c'est ce qui fait la différence. Que vous soyez étudiant en quête d'orientation ou entreprise à la recherche de profils motivés, je suis là pour vous accompagner et vous soutenir. Plus qu'un rôle administratif, je tiens à faire partie intégrante de l'expérience IFIC. Je suis là pour conseiller, rassurer et encourager, toujours avec bienveillance et engagement."

LE CONSEIL DE PERFECTIONNEMENT

Le conseil de perfectionnement, recommandé par l'État et la certification Qualiopi, veille à la qualité et à l'évolution des formations proposées par un CFA. Composé de professionnels, d'universitaires et de représentants du monde socio-économique, il assure l'adéquation des parcours avec les besoins du marché et l'employabilité des apprenants.

À l'IFIC, ce conseil, présidé par Michel Doly, ancien président de l'Université d'Auvergne, évalue la qualité pédagogique, l'impact professionnel des formations et propose des axes d'amélioration. Il peut aussi valider l'évolution de programmes ou l'introduction d'outils innovants.

Véritable espace de dialogue, il garantit la cohérence entre objectifs pédagogiques, référentiels RNCP et attentes des entreprises, renforçant ainsi la crédibilité et l'ancrage territorial du CFA.



**Marc-Alexis
Roquejoffre**

Président et Fondateur de
COM'Formations / IFIC



**Michel
Doly**

Universitaire, Ancien
Président de L'Université
Blaise Pascal



**Jean-Luc
Plazenet**

Enseignant Docteur en
gestion des entreprises



**Françoise
Constanty**

Cheffe d'entreprise



**Marité
Ribeiro**

Secrétaire Socio-Médicale
- Référente handicap



**Jean-Claude
Casalegno**

Enseignant chercheur
en Management et
innovation Participative



**Vanessa
Bavent**

Enseignante,
Présidente et fondatrice
d'EXCELLENCE CONSEIL

LA PÉDAGOGIE

Toute notre équipe de professionnels, journalistes et responsable d'agence de communication, développe une pédagogie résolument immersive.

Nos enseignants vous accompagnent tout au long de l'année sur des projets de réalisation d'interviews, de vidéos, de lives stream.

Vous serez sollicité par des entreprises pour créer des visuels pour te confronter à la demande client.

Et votre cursus sera enrichi par des masterclass, workshops, visites d'entreprise et de studio de production, afin que vos inspirations viennent de l'excellence.

Jean-Claude Casalegno

Responsable Mastère

Auteur de "La Compétence Managériale – Devenir Manager", Jean-Claude Casalegno a été consultant pendant plusieurs années pour des sociétés de conseil. A travers ces expériences, il est intervenu dans plus d'une centaine d'entreprises afin de partager ses travaux sur les pratiques managériales et leur l'évolution.

Professeur depuis plus de 30 ans, il s'est spécialisé dans l'utilisation des outils de l'intelligence collective et du design d'innovation.



LES INTERVENANTS



**Jean-Claude
Casalegno**

Enseignant chercheur
en Management et
innovation Participative



**Alain
Collombet**

Consultant en
Marketing multi-canal



Cindy Senez

Consultante en
webmarketing



**Benoit
Grenier**

Écriture créative
Storytelling



**Macéo
Ouitona**

IA Appliquée à la
communication



**Jean-Luc
Plazenet**

Consultant en
gestion-finance



**Frédéric
Torrent**

Journaliste
professionnel



**Lucie
Broquet**

Agence de
communication
Luciole Studio



**Marc-Alexis
Roquejoffre**

Journaliste et agence
de communication



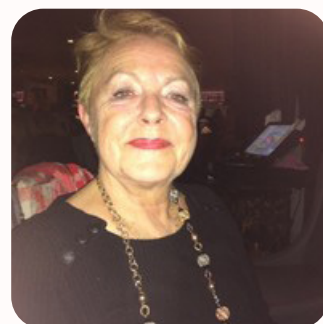
**Jean-Luc
Bourdereau**

Management et GRH



**Nathalie
Ribaud**

Directrice de la
communication



**Lorna
Didier Geraght**

Professeure d'anglais



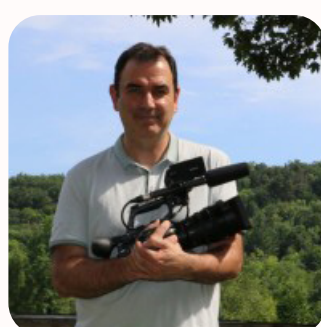
**Philippe
Amblard**

Droit de la
communication



**Marité
Roquejoffre**

Coach en
développement
personnel



**Eric
Morschhauser**

Réalisateur, cadreur,
monteur

Jean-Claude Casalegno	phosphorales@gmail.com
Alain Collombet	contact@propulse-business.com
Cindy Senez	contact@cultiveton-site.fr
Benoît Grenier	benoitgrenier@rocketmail.com
Macéo Ouitona	ouitonamaceo@gmail.com
Jean-Luc Plazenet	jl.plazenet@wanadoo.fr
Frédéric Torrent	frederictorrent63@gmail.com
Lucie Broquet	lucie@luciolestudio.fr
Marc-Alexis Roquejoffre	marcalexis.roquejoffre@gmail.com
Jean-Luc Bourdereau	jeanlucbourdereau@gmail.com
Nathalie Ribaud	comandact@gmail.com
Lorna Didier Geraght	lornadg@hotmail.fr
Philippe Amblard	pamblard@me.com
Marité Roquejoffre	mariteribeiro63@gmail.com

LE RÉGLEMENT INTÉRIEUR

Préambule

Le présent règlement intérieur s'applique à l'ensemble des apprenants du CFA IFIC, qu'ils soient en formation initiale ou en contrat d'apprentissage. Il a pour vocation de définir le cadre de vie et de travail au sein du CFA, dans un esprit de respect, de responsabilité, et d'engagement professionnel.

Notre mission est de former les professionnels de demain dans les domaines de la communication et du journalisme, dans un environnement

propice à l'apprentissage, à l'autonomie et à l'épanouissement personnel.

Ce règlement précise :

- Les règles de vie collective au sein de l'établissement ;
- Les mesures en matière d'hygiène, de sécurité et de santé ;
- Les règles de discipline nécessaires à une ambiance de travail sereine et respectueuse ;
- Les droits et devoirs des apprenants au cours de leur formation.



Article 1 – Assiduité et comportement

Les apprenants doivent respecter les horaires de cours, d'ateliers pratiques et de rendez-vous pédagogiques fixés par la direction et les formateurs. Toute absence doit être justifiée dans les 48 heures (certificat médical, justificatif officiel, etc.). Les absences non justifiées sont considérées comme irrégulières et peuvent donner lieu à des sanctions, voire à un signalement auprès de l'employeur ou de l'organisme payeur.

Les retards répétés, le manque de participation ou tout comportement perturbateur sont

incompatibles avec le bon déroulement de la formation.

Article 2 – Retards et absences

Tout retard ou absence non justifié(e) constitue un manquement aux obligations de l'apprenti et fera l'objet de sanctions.

Tout retard supérieur à 30 minutes, non accompagné d'un justificatif valable présenté dès l'arrivée à l'enseignant ou à un membre de la direction, entraîne automatiquement l'envoi d'une alerte à l'employeur de l'apprenti.

Les absences et retards injustifiés feront

systématiquement l'objet d'un rattrapage obligatoire des cours sur le trimestre concerné, selon un calendrier spécifique établi par le CFA et transmis à l'employeur.

L'ensemble des absences et retards, qu'ils soient justifiés ou non, seront consignés dans un registre officiel.

Les retards et absences injustifiés entraîneront une baisse de la note trimestrielle de l'apprenti, laquelle est indispensable à la validation annuelle du quota d'heures de formation exigé par le certificateur.

Le respect des horaires et de l'assiduité constitue un engagement fondamental dans le cadre de l'alternance. Toute récurrence de manquements pourra entraîner des mesures disciplinaires conformément aux dispositions prévues par le présent règlement. La formation représente un coût financier conséquent que supporte l'entreprise de l'apprenti et son OPCO. Le CFA ne saurait accepter que l'apprenti ne respecte pas son engagement de formation, sa présence formelle en cours et son manque de loyauté envers son employeur.

Article 3 – Vie au CFA et cadre collectif

Il est attendu des apprenants une tenue correcte – ni provocatrice et non ostentatoire ni liée à la manifestation d'une identité religieuse – et une attitude respectueuse, et un usage responsable du matériel mis à disposition (ordinateurs, studios, logiciels, etc.).

Sont formellement interdits au CFA :

- Toute forme de violence verbale, physique ou morale ;
- L'introduction de substances illicites ou d'objets dangereux ;
- L'usage abusif des téléphones portables pendant les cours ; La consommation d'alcool ou de drogues.

Article 4 – Hygiène, sécurité et environnement

Les apprenants doivent respecter les consignes de sécurité, les gestes professionnels, ainsi que les protocoles d'hygiène spécifiques aux activités de communication audiovisuelle.

Des équipements de sécurité peuvent être exigés lors de certains travaux pratiques. Leur non-port ou leur usage inapproprié expose à une exclusion temporaire de l'activité concernée.

Article 5 – Dispositions disciplinaires

Toute infraction au présent règlement peut faire l'objet d'un avertissement écrit, d'une exclusion temporaire ou, dans les cas les plus graves, d'une exclusion définitive du CFA, après entretien contradictoire.

Article 6 – Respect de la personne

Le CFA IFIC applique une tolérance zéro vis-à-vis de toute forme de harcèlement moral, sexuel, religieux ou discriminatoire. Les apprenants sont invités à signaler immédiatement tout fait préoccupant à la direction ou à un référent.

Article 7 – Communication et engagement

La communication est au cœur de notre projet pédagogique. Les apprenants sont encouragés à développer leur esprit critique, leur autonomie et leur créativité tout en respectant les règles du vivre ensemble.

Pour faire valoir ce que de droit
Le Président
Marc-Alexis Roquejoffre

SIRET 81249236100033
UAI 003114B



LA CARTE ÉTUDIANTE

Votre carte étudiante IFIC vous offre désormais de nombreuses réductions et aides auprès des collectivités locales et des partenaires.

Grâce à Clermont Auvergne Métropole, des aides existent pour accompagner les jeunes et les étudiants, même non boursiers. Le **Fonds Métropolitain d'Aides aux Jeunes (FMAJ)** soutient les 18-25 ans en grande difficulté résidant sur le territoire de Clermont Auvergne Métropole.

Grâce à Vichy Communauté, les **étudiants de Vichy Campus** bénéficient gratuitement du **Service de Santé Universitaire (SSU)** pour leurs besoins médicaux. La carte **PASS'Région jeunes** donne accès à de nombreux avantages : manuels scolaires, culture, sport, santé, permis de conduire, etc.

Les aides au logement comprennent l'**APL**, l'**ALS**, la **garantie Visale**, l'**avance Loca-Pass** ou encore la **subvention Mobili-Jeunes** pour les alternants. Côté santé, les étudiants peuvent consulter dans les services universitaires, accéder à la contraception, au dépistage ou au **Planning familial**.

Les transports sont aussi facilités : réductions avec la **Carte Jeune SNCF** ou la **carte TER Illico Liberté Jeunes** (-50 % sur les trajets régionaux). Les **restaurants universitaires** proposent des repas complets à 3,30 €. Enfin, la **culture** est largement accessible : musées gratuits pour les moins de 26 ans, tarifs réduits dans les cinémas, bibliothèques en libre accès, et possibilité de pratiquer plus de 60 sports à moindre coût via les services universitaires.



Se nourrir

Si vous n'avez qu'un faible budget pour vous restaurer, n'hésitez pas à pousser la porte d'un des [450 restaurants universitaires de France](#). Pour 3,30 euros, vous profitez d'un repas complet entrée-plat-dessert. Vous devez présenter votre carte d'étudiant pour accéder à ces restaurants. Certains sont ouverts même le soir et le week-end.

Santé

Le Service de Santé Universitaire (SSU) accueille gratuitement les étudiants des établissements membres de Vichy Campus. Il répond aux besoins de santé des étudiants : offre de soins adaptée au public jeune, prévention individuelle et collective, étude de l'état de santé des étudiants et accès aux droits.

Vous pouvez également obtenir des [aides pour](#)

Précarité

Fonds Métropolitain d'Aides aux Jeunes (FMAJ)
Sont éligibles les jeunes en grande difficulté, français ou étrangers en situation régulière de séjour, âgés de 18 à 25 ans révolus, résidant sur le territoire de Clermont Auvergne Métropole sans condition de durée et avec un plafond de ressources à 490 € : csapio@clermontmetropole.eu

[souscrire une mutuelle complémentaire](#) et bénéficier d'un meilleur remboursement de vos frais de santé.

Culture

Le PASS'Région jeunes en Auvergne-Rhône-Alpes offre plein d'avantages pour les étudiants : manuels scolaires, mais aussi sport, culture, santé, équipement professionnel, aide au permis de conduire B, etc.

[Réservation de votre PASS'Région](#)

En cas de difficultés, contactez l'assistance téléphonique au 04 86 27 98 50 du lundi au vendredi de 9h à 18h (nouveau numéro non surtaxé)

L'offre culturelle est accessible aux étudiants à prix réduit. Sur simple présentation de votre carte d'étudiant, vous bénéficiez de réductions dans les musées, les théâtres et les cinémas. Pour les étudiants européens de moins de 26 ans, les musées nationaux français sont gratuits toute l'année. Les bibliothèques aussi sont en accès libre pour l'ensemble des étudiants.

Logement

La plupart des aides publiques pour les étudiants sont soumises à la condition d'être boursier. Cependant, [plusieurs aides](#) restent accessibles aux élèves non boursiers.

Parmi elles :

- Les aides de la CAF, pour vous aider à payer votre loyer et vos charges.
- La subvention Mobili-Jeunes à destination des alternants (jusqu'à 100€ par mois).
- La garantie Visale qui est une caution 100% gratuite.
- L'avance Loca-Pass qui est un prêt à taux zéro pour avancer le dépôt de garantie.

Dématérialisation des demandes : Il est conseillé, pour plus de simplicité, d'effectuer vos demandes [Loca-Pass](#) directement via les plateformes d'Action Logement. Cela permettra

un traitement plus rapide de votre dossier et vous offrira la possibilité de suivre plus facilement son avancement.

À noter : il ne vous sera jamais demandé de fournir vos informations bancaires.

Mobilités

Se déplacer en ville et entre les villes ne coûte pas très cher non plus. Dans les grandes villes, les sociétés de transports en commun des grandes villes offrent des tarifs préférentiels aux étudiants. Prendre le train vous coûte également moins cher grâce à la carte jeune de la SNCF pour les 18-27 ans.

[Carte ILLICO LIBERTÉ JEUNES.](#)

Si vous avez moins de 26 ans, vous bénéficiez de -50% toute l'année sur tous vos voyages en région Auvergne-Rhône-Alpes et les régions limitrophes, avec la carte TER ILLICO LIBERTÉ JEUNES (15€ par an).

Vie personnelle

Si vous avez des questions sur la sexualité, sur les relations amoureuses ou sur les moyens de contraception, adressez-vous au Planning familial, association qui propose des consultations gratuites et confidentielles.

Les filles peuvent notamment s'y faire prescrire un moyen de contraception qui leur convient et obtenir la pilule du lendemain en cas de besoin. Le Planning familial dispose d'antennes partout en France.

Sport

Le statut d'étudiant et votre carte IFIC, vous permettent également de bénéficier de réductions pour accéder aux piscines municipales, aux patinoires ou aux salles de sport.

LE LIEU DE FORMATION

Deuxième pôle d'enseignement supérieur de l'ex-Auvergne après Clermont-Ferrand, Vichy Campus réunit 15 établissements et un large réseau de partenaires. Il accueille chaque année plus de 3 000 étudiants au cœur de l'agglomération de Vichy.

Fort d'un écosystème collaboratif regroupant formations universitaires, lycées et écoles privées, le campus propose une gamme complète de services pour faciliter le quotidien et le parcours des étudiants (accès au logement, soins, emploi, infrastructures sportives). Les étudiants y bénéficient d'un environnement bienveillant et d'une offre culturelle et sportive particulièrement riche.



CARTES VICHY-CAMPUS ET COMPTES INFORMATIQUES

Un compte informatique sera créé pour chacun des étudiants.

Les modalités de connexion seront les suivantes :

- **Identifiant** : première lettre du prénom + nom de famille + jour de naissance ;
(Pour les prénoms composés, seul l'initiale du premier prénom est à prendre en compte)
- **Mot de passe initial** : date de naissance complète au format JJMMAAAA (sans séparateur).

Le mot de passe devra être modifié lors de la première connexion.



ACCÈS AU RESTAURANT UNIVERSITAIRE

Pour bénéficier du service de restauration, les étudiants doivent créditer leur carte Vichy Campus :

- Soit directement à la caisse située à la Bibliothèque Universitaire, pendant les horaires d'ouverture ;
- Soit en ligne via la plateforme POP&Pay, en suivant la procédure disponible sur le site de Vichy Campus :



ÉQUIPEMENT À DISPOSITION

- Salle de cours,
- Tables,
- Chaises,
- Tableau blanc,
- Paper board,
- Vidéo projecteur,
- Ecran de projection,
- Borne WIFI dédiée + Borne WIFI collective,
- Néon de lumière,
- Radiateur,
- WC Filles,
- WC Garçons.

L'accès à la salle de cours est possible soit par les escaliers, soit par un ascenseur.

Consignes de sécurité incendie

En cas d'incendie

SE PROTÉGER / PREVENIR

Responsables du matériel de secours :
Nom : _____ Téléphone : _____

Responsables chargés de l'évacuation :
Nom : _____ Téléphone : _____

1. En cas d'incendie, déclenchez l'alarme la plus proche

2. Attaquez le feu au moyen de l'extincteur approprié le plus proche

3. En cas de fumée, baissez-vous, l'air frais se trouve près du sol

1. L'audition du signal d'alarme vous invite à l'évacuation

2. Dirigez-vous calmement vers l'issue de secours la plus proche

3. N'utilisez pas les ascenseurs

Emplacement matériel de secours

Emplacement POINT de RASSEMBLEMENT

Je prévois les secours
Pompiers : **18**
Service de sécurité : _____

En cas d'accident

Je prévois selon la situation :

CENTRE HOSPITALIER
CENTRE ANTI-POISON

Service de mon entreprise

Centre national droit du travail
12, rue François Villon 75013 Paris
centre-national-droit-du-travail.fr

Lutte contre le tabagisme/Interdiction de vapoter

Article L3513-6

Interdiction de vapoter dans :
1. Dans tous les lieux fermés et couverts qui accueillent du public ou qui constituent des lieux de travail ;
2. Dans les espaces non couverts des écoles, collèges et lycées publics et privés, ainsi que des établissements destinés à l'accueil, à la formation ou à l'hébergement des mineurs ;
3. Dans les aires collectives de jeux telles que définies par le décret n° 96-1136 du 18 décembre 1996 fixant les prescriptions de sécurité relatives aux aires collectives de jeux.

Emplacement fumeur :

INTERDICTION DE VAPOTER

Décret N°2017-133 du 25 Avril 2017
Interdiction de vapoter dans les lieux fermés et couverts à usage collectif

Pour arrêter de fumer, faites-vous aider en appelant le : 39 89
(0,19€/min depuis un poste fixe, Tabac Info Service)

Centre national droit du travail
12, rue François Villon 75013 Paris
centre-national-droit-du-travail.fr

Lutte contre le tabagisme/Emplacement fumeurs

Article R3512-2

Interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif mentionnés à l'article L. 3512-6 s'applique :
1. Dans tous les lieux fermés et couverts qui accueillent du public ou qui constituent des lieux de travail ;
2. Dans les espaces non couverts des écoles, collèges et lycées publics et privés, ainsi que des établissements destinés à l'accueil, à la formation ou à l'hébergement des mineurs ;
3. Dans les aires collectives de jeux telles que définies par le décret n° 96-1136 du 18 décembre 1996 fixant les prescriptions de sécurité relatives aux aires collectives de jeux.

Emplacement fumeur :

EMPLACEMENT FUMEURS
Interdit aux mineurs de moins de 18 ans

Fumer augmente les risques de maladies cardiaques et pulmonaires mortelles.

Pour arrêter de fumer, faites-vous aider en appelant le : 39 89
(0,19€/min, depuis un poste fixe, Tabac Info Service)

Décret n° 2006 - 1386 du 15 novembre 2006 fixant les conditions d'application de l'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif.

Centre national droit du travail
12, rue François Villon 75013 Paris
centre-national-droit-du-travail.fr

Lutte contre le tabagisme/Interdiction de fumer

Article R3512-2

Interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif mentionnés à l'article L. 3512-6 s'applique :
1. Dans tous les lieux fermés et couverts qui accueillent du public ou qui constituent des lieux de travail ;
2. Dans les espaces non couverts des écoles, collèges et lycées publics et privés, ainsi que des établissements destinés à l'accueil, à la formation ou à l'hébergement des mineurs ;
3. Dans les aires collectives de jeux telles que définies par le décret n° 96-1136 du 18 décembre 1996 fixant les prescriptions de sécurité relatives aux aires collectives de jeux.

Emplacement fumeur :

INTERDICTION DE FUMER

Fumer ici vous expose à une amende forfaitaire de 68€ ou à des poursuites judiciaires.

Pour arrêter de fumer, faites-vous aider en appelant le : 39 89
(0,19€/min, depuis un poste fixe, Tabac Info Service)

Décret n° 2006 - 1386 du 15 novembre 2006 fixant les conditions d'application de l'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif.

Centre national droit du travail
12, rue François Villon 75013 Paris
centre-national-droit-du-travail.fr

AIDE À L'HÉBERGEMENT

Hébergement possible via le FJT de Vichy, en partenariat avec IFIC.

A 15 mns de l'école, sur place des chambres individuelles ou studio avec coin cuisine (chambres et studios équipés de wifi, toilettes privées, salle de bain privative).

Salle de sport, laverie sur place.

Pension complète ou demi pension possible.

Animation, sorties touristiques, suivi médical en cas de nécessité, accompagnement aux démarches administratives françaises et de renouvellement de titre de séjour étudiant.

Le FJT peut être contacté de la part de la direction IFIC.

Résidence FJT Paul JARLIER - 13 rue de l'emballage 03200 VICHY

+33(0)4 70 96 55 50

contact@fjt-vichy.fr



L'ACCESSIBILITÉ

Conformément à l'article L.6231-2 du Code du travail et au décret n°2019-956 du 13 septembre 2019, COM'Formations – IFIC a nommé *Madame Marite Ribeiro-Roquejoffre* en tant que Référente Handicap. Elle est chargée d'accompagner les apprenants en situation de handicap sur l'ensemble des parcours proposés par le CFA.

Ses missions :

- Accueillir, écouter et accompagner individuellement les apprenants en situation de handicap ;
- Coordonner la mise en accessibilité des formations avec les équipes pédagogiques ;
- Sensibiliser et former les équipes internes à l'inclusion ;
- Collaborer avec les partenaires spécialisés : AGEFIPH, MDPH, Cap Emploi... ;
- Assurer une veille réglementaire sur les dispositifs d'adaptation ;
- Participer à l'amélioration continue des pratiques inclusives.

Cette démarche s'inscrit dans notre engagement pour un environnement inclusif, équitable et accessible à toutes et tous, en conformité avec la certification Qualiopi (indicateur 26 du Référentiel National Qualité).

Organisme	Adresse	Contact
Cap Emploi Allier	70-72 av. de la République, 03100 Montluçon / 1 pl. du 8 mai, 03240 Le Montet / 9 pl. Félix Cornil, 03300 Cusset	04 70 64 86 60
Cap Emploi Puy-de-Dôme	19 bd Berthelot, 63400 Chamalières	04 73 16 18 18 capemploi@capemploi63.fr
MDPH 63	11 rue Vaucanson, 63000 Clermont-Ferrand	04 73 74 51 20 mdph@mdph63.fr

A photograph of three young adults, two men and one woman, sitting around a white table and looking at a laptop. The woman on the left is smiling and looking at the screen. The man in the center is pointing at the screen with his right hand. The man on the right is also looking at the screen. A smartphone is on the table next to the laptop. The image has a light blue overlay.

Le Mastère I

MASTÈRE I

MANAGER DE LA COMMUNICATION OMNICANAL

Notre formation Mastère Manager de la communication omnicanal est liée au référentiel du titre RNCP n°42186. Elle vous prépare à concevoir, piloter et déployer la stratégie de communication globale d'une organisation en orchestrant l'ensemble des canaux de communication – numériques, physiques et relationnels – afin de garantir une expérience cohérente, fluide et engageante pour les différents publics cibles.

Grâce à ce Mastère, vous développerez les compétences nécessaires pour analyser les tendances du marché, comprendre les comportements des audiences et exploiter les données de performance afin de construire des dispositifs de communication intégrés. Vous serez en mesure de renforcer la visibilité d'une marque, de fidéliser les parties prenantes et d'accompagner les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Notre formation vous prépare à ces responsabilités en vous apportant les compétences stratégiques, techniques et managériales indispensables pour évoluer dans les métiers de la communication omnicanale, dans des organisations de toutes tailles et de tous secteurs d'activité, en France comme à l'international.

Notre Mastère Manager de la communication omnicanal est un cursus certifié, reconnu par l'État. Sa pédagogie est assurée en partenariat avec notre certificateur au titre.

Consultez le [référentiel de votre diplôme](#) sur le site France.



LE PROGRAMME

PROLEGOMENES

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU MASTÈRE DIRECTION DE PROJETS IMAGES ET COMMUNICATION

1. ACTIVITÉS VISÉES

2. RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

3. PROGRAMME

4. TEMPS FORTS

5. MODALITÉS D'ÉVALUATION

6. PRINCIPES PÉDAGOGIQUES ET PHILOSOPHIE DE LA FORMATION

7. RÉGLEMENT DES ÉTUDES

8. MATRICE DES COURS

9. LISTE DES PRÉREQUIS POUR LA PRÉSENTATION À L'EXAMEN DE CERTIFICATION

10. MÉMOIRE PROFESSIONNEL VALIDANT LE PARCOURS DE FORMATION DIPLOMANTE

PROLEGOMENES

Chers étudiant(e)s, et partenaires,

En ma qualité de Directeur de l'Institut de Formation à la Communication et à l'Information (IFIC) de Vichy, j'ai la joie de vous présenter notre nouveau programme certifiant : le Mastère Manager de la Communication Omnicanal.

Ce programme a été élaboré en adéquation avec le référentiel de compétences requis pour un Manager de la Communication Omnicanal. À la suite d'une consultation approfondie avec des professionnels du secteur, nous avons conçu une formation répondant précisément aux exigences actuelles du marché. Ceux-ci ont salué l'adéquation du programme, notamment en termes de développement chez les étudiants de capacités stratégiques en communication, tout en soulignant l'importance de l'apprentissage approfondi des techniques et outils spécifiques, essentiels pour intégrer le marché de l'emploi.

Ce programme s'inscrit dans la continuité de notre offre de formation et est aligné avec la mission de notre institut : former des professionnels compétents et polyvalents. Reconnu au Niveau 7 du RNCP, ce Mastère se déploie sur deux ans en collaboration avec l'Institut Supérieur des Médias du Groupe IGS. La première année se concentre sur les outils techniques des métiers de la communication, tandis que la seconde année permet une spécialisation plus stratégique adaptée aux projets individuels de chaque étudiant.

Le parcours pédagogique combine rigueur académique et application pratique à travers des projets concrets et des collaborations étroites avec nos entreprises partenaires.

L'accréditation de ce Mastère assure une qualité académique reconnue et ouvre la voie à des perspectives de carrière enrichissantes, tant en France qu'à l'international. Nous nous engageons à vous fournir une formation d'excellence, conforme aux standards professionnels les plus élevés.

La réussite de ce programme dépend toutefois autant de notre engagement à l'excellence que de votre volonté à exceller. Ensemble, nous aspirons à faire de ce parcours une expérience mémorable et transformatrice, faisant de vous les meilleurs ambassadeurs de notre institution.

Je vous remercie pour votre attention et reste à votre disposition pour toute information complémentaire.

Cordialement,

Marc-Alexis Roquejoffre et son équipe

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU MASTÈRE DIRECTION DE PROJETS IMAGES ET COMMUNICATION

Dans un environnement complexe et incertain, les enjeux de communication et d'image sont devenus de plus en plus déterminants pour assurer le développement des entreprises sur la durée.

Pour établir une relation de confiance avec les différentes parties prenantes : clients, actionnaires, salariés, il est important d'établir une relation de qualité avec eux. Cela passe par des savoir-faire aujourd'hui reconnus et spécifiques.

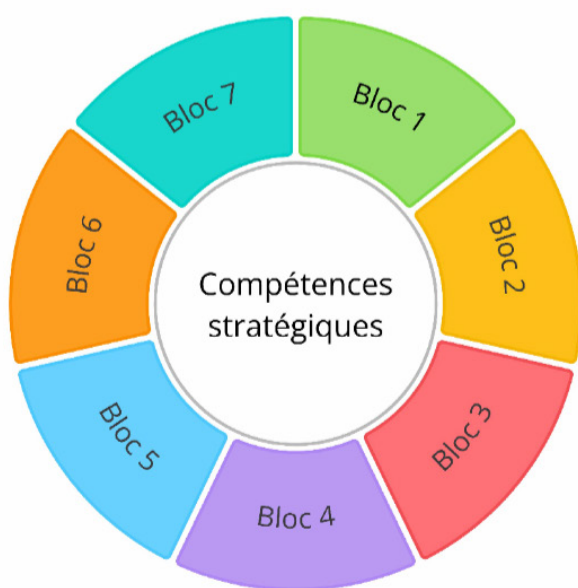
Dans un marché concurrentiel, la communication et l'image de marque sont des éléments essentiels pour faire connaître non seulement ses produits et ses services mais aussi sa différence.

Cela passe par la capacité des entreprises à se positionner par rapport à ses concurrents en concevant des stratégies pertinentes en cohérence avec son identité et les valeurs qui inspirent son action.

Cela demande deux types de compétences :

- Des compétences stratégiques permettant de bien segmenter les catégories d'acteurs concernées et de choisir les canaux pertinents pour communiquer avec eux.
- Des compétences opérationnelles « dites Métiers » pour réaliser des outils de communication relevant aussi de la communication traditionnelle que digitale, interne ou externe.

C'est autour de ces deux grands principes que la pédagogie du Mastère s'est structurée :



Le mastère intitulé « Manager de la Communication Omnicanal » est reconnu par le RNCP au Niveau 7. Il correspond à un Master Bac +5 Il se déroule sur deux ans.

Il peut ouvrir les portes à une variété de métiers dans le secteur de la communication, en se concentrant particulièrement sur les aspects visuels et médiatiques de la communication.

La convergence entre le journalisme et la communication visuelle est de plus en plus marquée dans le contexte du numérique. Les professionnels formés aux techniques de l'image et de la communication sont donc particulièrement adaptés aux exigences du journalisme web, où l'information doit être à la fois rapide, précise, et visuellement engageante.

C'est pourquoi dès la première année du Mastère, nous avons ouvert une Option Journalisme pour vous élargir le champ de la communication habituelle et aussi pour vous permettre de faire votre choix en toute connaissance de cause.

À quels métiers prépare le diplôme Mastère DIRECTEUR IMAGE PROJETS IMAGE ET COMMUNICATION ?

Responsable de communication : Définit et déploie la stratégie de communication globale d'une organisation pour valoriser son image auprès des publics internes et externes.

Chef de projet communication (senior / transverse) : Orchestre la mise en œuvre opérationnelle des campagnes de A à Z, en coordonnant les équipes pluridisciplinaires, les budgets et les plannings.

Directeur de projet (en communication) : Supervise un portefeuille de projets complexes ou de grands comptes, garantissant la rentabilité, la stratégie client et le management des chefs de projet.

Consultant en communication (stratégique) : Conseille les directions ou les clients sur leurs problématiques d'image, de positionnement ou de crise, et élabore des recommandations sur mesure.

Dirigeant d'agence de communication : Pilote la vision stratégique, le développement commercial, la gestion financière et le management global d'une agence conseil.

Brand Content Manager : Conçoit et pilote la stratégie d'éditorialisation d'une marque pour créer des contenus à forte valeur ajoutée alignés sur son ADN.

Content communication manager : Supervise la production, la planification et la diffusion opérationnelle des contenus multi-canaux pour soutenir la visibilité de la marque.

Communications & Social Manager : Gère l'image de marque sur les réseaux sociaux, orchestre le community management et pilote les stratégies d'influence et d'engagement.

Brand strategist : Analyse le marché et les usages pour définir l'identité, le positionnement unique et la plateforme de marque à long terme.

Objectifs et contexte de la certification

Le Manager de la communication omnicanal conçoit, pilote et déploie la stratégie de communication globale d'une organisation en orchestrant l'ensemble des canaux – numériques, physiques et relationnels – afin d'assurer une expérience cohérente, fluide et engageante pour les publics cibles. Il analyse les tendances du marché, les comportements des audiences et les données de performance pour définir des dispositifs de communication intégrés qui renforcent la visibilité de la marque, fidélisent les parties prenantes et soutiennent les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Véritable expert de l'écosystème médiatique et digital, le Manager de la communication omnicanal coordonne les actions sur les réseaux sociaux, les plateformes web, les médias traditionnels, les événements et les points de contact internes ou externes. Il articule messages, contenus et formats pour garantir une continuité éditoriale et narrative sur l'ensemble des supports. Dans un environnement marqué par l'instantanéité, la fragmentation des audiences et la multiplication des outils, il s'appuie sur la data, l'IA générative, les technologies d'automatisation et les solutions CRM pour optimiser la pertinence et la performance des communications.

Le Manager de la communication omnicanal intervient dans tous les secteurs d'activité et dans des organisations de tailles variées, en France comme à l'international. Sa mission centrale consiste à construire une communication unifiée, performante et centrée utilisateur, capable de créer de la valeur durable pour la marque et de soutenir le développement global de l'entreprise.

1. ACTIVITÉS VISÉES

TRONC COMMUN

- Elaboration et mise en œuvre d'un système de veille métier et technologique
- Analyse stratégique de l'environnement
- Définition de la stratégie communication globale
- Organisation de la mise en œuvre de la stratégie de communication
- Pilotage du déploiement de la stratégie communication
- Pilotage des moyens budgétaires
- Supervision de la production des contenus et supports de communication
- Structuration du service communication
- Management des équipes
- Elaboration de la stratégie de communication interne
- Gestion de la marque employeur et d'engagement
- Gestion de la communication de crise

OPTION BRAND CONTENT

- Elaboration d'une stratégie de marque
- Pilotage des contenus sur les différents canaux
- Mesure de l'efficacité

OPTION COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Définition d'une stratégie de communication digitale
- Pilotage de la stratégie digitale
- Mesure de l'efficacité

OPTION COMMUNICATION ÉVÈNEMENTIELLE

- Elaboration d'une stratégie expérientielle
- Conception et organisation des événements internes et externes
- Supervision de la coordination des équipes et des prestataires
- Évaluation de l'impact de l'événement

OPTION COMMUNICATION GRAPHIQUE ET VISUELLE

- Définition de l'univers visuel et créatif
- Définition de la ligne éditoriale
- Supervision de la conception des supports créatifs (print, digital, audiovisuel)

2. RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

La certification est obtenue par validation de l'ensemble des 5 blocs de compétences (4 blocs du tronc commun + 1 bloc optionnel).

En cas de validation partielle du titre, une attestation de réussite sera remise au candidat pour le ou les bloc(s) validé(s).

CERTIFICAT 1 : DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION OMNISCANAL

Objectifs de compétences :

C.1.1. Elaborer un système de veille en mobilisant des outils adaptés, incluant l'IA, afin d'identifier les tendances de communication, les évolutions sectorielles, sociétales, concurrentielles et technologiques impactant l'organisation et son secteur d'activité.

C.1.2. Piloter le dispositif de stockage des données numériques de la documentation métier en définissant un système de gestion interne en lien avec la direction des systèmes d'information pour assurer la pérennité des supports sur le long terme de manière sécurisée et faciliter leurs accès.

C.1.3. Identifier les enjeux de l'organisation à partir des éléments issus de la veille, de l'analyse de l'environnement interne et externe, des comportements des publics cibles, leurs attentes et leurs usages médiatiques afin d'anticiper les mutations du marché et de détecter les opportunités de positionnement et les risques réputationnels.

C.1.4. Identifier les acteurs « influents » (en sélectionnant médias, analystes, prescripteurs...) du marché afin de pouvoir faire un état des lieux concurrentiel notamment en évaluant leur engagement RSE et leur éthique.

C.1.5. Définir une stratégie de communication responsable omniscanal alignée avec les objectifs de l'entreprise, adaptée à chaque cible en intégrant les risques et enjeux métiers associés (communication de crise, éthique, RSE, influence, communication sensible, IA...) et les principes d'éco-communication, en mobilisant des outils de mesure d'impact (bilan carbone, ACV) et des supports à faible empreinte environnementale afin de répondre à des objectifs d'image, de notoriété, de positionnement, d'influence ou de performance commerciale et de promouvoir une image cohérente et engagée en matière de transition écologique.

C.1.6. Etablir la feuille de route communication omniscanal échelonnée dans le temps, intégrant les principes de l'accessibilité universelle, afin de cadrer les activités d'équipes opérationnelles tout en permettant de répondre aux enjeux stratégiques de l'entreprise et de déployer une politique de communication responsable et éthique.

C.1.7. Définir le budget communication nécessaire à la mise en œuvre de la stratégie en faisant preuve d'assertivité et de flexibilité en vue d'un accord avec la direction mutuellement satisfaisant.

CERTIFICAT 2 : PILOTER LE DÉPLOIEMENT D'UNE STRATÉGIE COMMUNICATION OMNICANAL

Objectifs de compétences :

C.2.1. Elaborer un plan opérationnel de communication intégrant les canaux, les messages, les échéances et les indicateurs de suivi en coordonnant la production des supports et actions de communication dans le respect de la charte graphique, de la ligne éditoriale et des obligations réglementaires.

C.2.2. Adapter le plan de communication en fonction des retours terrain, des indicateurs de performance et de l'évolution de l'environnement (marché, réglementations, tendances) en garantissant la cohérence et la complémentarité des actions sur l'ensemble des supports (print, digital, événementiel, média, réseaux sociaux, international) afin d'assurer l'atteinte des objectifs fixés.

C.2.3. Piloter la mise en place opérationnelle de la stratégie de communication par canal (relations presse, influence, réseaux sociaux, événements, partenariats, contenus digitaux, supports imprimés) en mode projet en animant la coordination et la coopération des différentes parties prenantes internes et externes impliquées, en élaborant les process et en établissant les partenariats pour maintenir le respect de la qualité, des coûts, des délais et des exigences réglementaires et limiter les impacts environnementaux, afin d'améliorer la compétitivité de l'entreprise et de proposer une offre différenciante.

C.2.4. Anticiper la conception de scénario stratégique alternatif pour optimiser l'adaptabilité et la résilience de la stratégie de communication.

C.2.5. À partir d'indicateurs de performance (KPI), en lien avec la feuille de route stratégique, élaborer des tableaux de bord de suivi de l'activité des équipes et des informations clients (satisfaction, taux de réachat, ...), le suivi de l'impact sociétal et environnemental et le suivi comportemental afin d'analyser la performance des actions mises en œuvre et le cas échéant mettre en œuvre les actions correctives appropriées.

C.2.6. Établir et suivre les budgets alloués au projet, en prenant en compte l'ensemble des ressources financières (partenaires, fournisseurs, outils, plateformes) nécessaires au bon fonctionnement des actions mises en œuvre, en élaborant des indicateurs et tableaux de bord permettant d'analyser les tendances, et éventuellement proposer des ajustements en cas d'écarts constatés.

C.2.7. Définir la ligne éditoriale et le ton de la communication sur chaque canal en lien avec la stratégie de communication globale définie préalablement, en garantissant la cohérence graphique et éditoriale avec la charte de marque, en adaptant les messages et formats aux contextes multiculturels et aux situations de handicap afin d'optimiser les contenus pour le référencement naturel (SEO) et les performances sur les réseaux sociaux (SMO).

CERTIFICAT 3 : MANAGER L'ÉQUIPE D'UN SERVICE COMMUNICATION

Objectifs de compétences :

C.3.1. Organiser le service communication, en définissant les missions à réaliser, les profils de poste adaptés et en participant au processus de recrutement et/ou de formation des collaborateurs ou à la sélection de prestataires externes, en veillant à intégrer la dimension RSE (égalité des chances, inclusion des personnes en situation de handicap, diversité ...), dans l'objectif d'engager les équipes dans un management performant vis-à-vis du projet.

C.3.2. Déterminer les moyens financiers et techniques nécessaires à la réalisation des objectifs fixés en tenant compte du budget alloué dans la feuille de route afin de garantir l'efficacité des projets.

C.3.3. Manager les équipes, en les fédérant autour de la vision, des valeurs et de la stratégie de l'entreprise, en définissant des objectifs individuels et collectifs, en mettant en place des processus innovants et des modes de communication et de collaboration clairs et en activant les leviers de motivation adaptés, dans l'objectif de favoriser l'engagement des collaborateurs.

C.3.4. Suivre la réalisation des objectifs et mesurer la performance des équipes, en conduisant les entretiens annuels et/ou en animant les réunions individuelles ou collectives (suivi de projet, résolution de problème, information, recadrage ...), en s'appuyant sur les KPIs, afin de réajuster le cas échéant la stratégie, les moyens, la planification et l'organisation du travail, en vue de maintenir l'efficacité des équipes.

CERTIFICAT 4 : ELABORER LA COMMUNICATION INTERNE ET D'ENGAGEMENT

Objectifs de compétences :

C.4.1. Définir la stratégie de communication interne en cohérence avec la stratégie globale de l'organisation, en analysant les enjeux, les cibles, les parties prenantes et l'environnement interne afin de définir les objectifs de communication, les messages clés, les canaux et les moyens à mobiliser.

C.4.2. Concevoir un plan de communication stratégique multicanal en intégrant les contraintes budgétaires, les opportunités technologiques tel que l'IA et les tendances sociétales notamment l'accès aux personnes en situation de handicap.

C.4.3. Inciter les collaborateurs de l'organisation à devenir les ambassadeurs de marque (employee advocacy) en les formant aux techniques d'influences afin d'augmenter le rayonnement de la marque.

C.4.4. Développer des stratégies de marque employeur en utilisant la data RH, l'IA, pour attirer et fidéliser les talents stratégiques et créer des partenariats d'influence en développant des collaborations avec les leaders d'opinion pour personnaliser les approches relationnelles.

C.4.5. Orchestrer des stratégies de relation presse en mettant en place des actions médiatiques pour optimiser l'influence et gérer la réputation dans l'écosystème d'information.

C.4.6. Déterminer une stratégie d'engagement à travers les outils de communication interne et d'évènements interne afin de pérenniser l'image de la marque employeur et la qualité de vie au travail des salariés au travers d'expériences.

C.4.7. Gérer les situations de communication de crise en mobilisant les outils de veille et de l'IA pour anticiper et réagir rapidement au regard de l'analyse de sentiment afin de préserver l'image de l'entreprise en maintenant la transparence et l'honnêteté.

C.4.8. Gérer la prise de parole institutionnelle et médiatique en situation de crise en utilisant les techniques de communication adaptée selon le conflit et le type de public afin de limiter l'impact négative sur l'image de marque.

CERTIFICAT 5 : PILOTER LA STRATÉGIE DE MARQUE ET BRAND CONTENT

Objectifs de compétences :

C.5.1. Définir la stratégie de marque à partir des mutations sociétales (générationnelles) et technologiques (IA) en développant un nouveau territoire de marque et de nouveaux axes narratifs en vue de créer des positionnements différenciants et une nouvelle proposition de valeur.

C.5.2. Élaborer une stratégie de brand content personnalisé (authentique et émotionnel) visant à renforcer la notoriété, l'image et l'engagement des publics en concevant des formats et messages de marque adaptés aux publics notamment aux personnes en situation de handicap, aux canaux et aux contextes culturels afin de créer un univers de marque immersif aux contenus émotionnels et différenciants dans le respect de l'éthique publicitaire.

C.5.3. Architecturer le contenu de communication multicanal sur les différents supports de manière omnicanal en créant un storytelling immersif auprès de toutes les communautés et ambassadeurs de la marque pour optimiser sa visibilité.

C.5.4. Piloter des campagnes d'influence pour fédérer et engager une communauté autour de l'univers de la marque en identifiant des profils pertinents, en négociant des collaborations, afin d'amplifier le territoire de marque de manière authentique.

C.5.5. Évaluer l'efficacité quantitative et qualitative des contenus de marque, en utilisant des indicateurs de performance (notoriété, engagement, conversion, émotion, préférence), et mesurer l'engagement émotionnelle grâce à l'IA et les neurosciences en vue d'optimiser la narration de marque.

C.5.6. Anticiper et gérer les risques narratifs au regard de l'efficacité mesurée en développant des contenus alternatifs afin de protéger l'image de marque.

C.5.7. Gérer les situations de communication de crise en mobilisant les outils de veille et de l'IA pour anticiper et réagir rapidement au regard de l'analyse de sentiment afin de préserver l'image de l'entreprise en maintenant la transparence et l'honnêteté.

C.5.8. Parfaire la conduite et le suivi des projets au regard des résultats en formulant des recommandations, en consolidant les processus et en ajustant la stratégie auprès du commanditaire afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés et la pérennité des dispositifs, dans une dynamique d'amélioration continue.

CERTIFICAT 6 : PILOTER LA STRATÉGIE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Objectifs de compétences :

C.6.1. Conduire un audit exhaustif des écosystèmes digitaux au service de la marque en analysant les éléments interne et externe pour identifier les leviers de transformation et d'optimisation de la performance digitale.

C.6.2. Analyser les données/data issues du digital et de l'IA pour orienter les décisions stratégiques et améliorer l'efficacité des campagnes.

C.6.3. Définir une stratégie digitale intégrant les principes d'ergonomie numérique et de prévention des troubles musculosquelettiques dans la conception des interfaces afin de répondre aux objectifs de la stratégie globale de communication.

C.6.4. Déterminer les outils adéquats (SEO, SEA, réseaux sociaux, e-réputation et campagne display) et solutions d'intelligence artificielle (chatbots, data- driven content, automatisation) en garantissant l'éthique et la conformité RGPD dans l'usage des outils digitaux et de l'IA afin d'optimiser la stratégie globale de communication.

C.6.5. Piloter le déploiement de l'innovation digital en supervisant la création de workflows de production de contenu à grande échelle en garantissant les enjeux éthiques et juridiques, la création des algorithmes prédictifs pour anticiper les comportements et automatiser les nouveaux parcours clients.

C.6.6. Anticiper et gérer les risques narratifs au regard de l'efficacité mesurée en développant des contenus alternatifs afin de protéger l'image de marque.

C.6.7. Implémenter au sein de l'organisation la gouvernance éthique de l'IA en créant les frameworks de conformité et les processus de contrôle pour garantir l'utilisation responsable des technologies.

C.6.8. Parfaire la conduite et le suivi des projets au regard des résultats en formulant des recommandations, en consolidant les processus et en ajustant la stratégie auprès du commanditaire afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés et la pérennité des dispositifs, dans une dynamique d'amélioration continue.

C.6.9. Mesurer l'impact business de la transformation digitale en créant des modèles d'attribution complexes et des analyses de création de valeur pour démontrer le ROI des investissements technologiques.

C.6.10. Parfaire la conduite et le suivi des projets au regard des résultats en formulant des recommandations, en consolidant les processus et en ajustant la stratégie auprès du commanditaire afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés et la pérennité des dispositifs, dans une dynamique d'amélioration continue.

CERTIFICAT 7 : MANAGER DES PROJETS DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

Objectifs de compétences :

C.7.1. Définir une stratégie expérientielle innovante à partir des concepts événementiels en développant des univers phygitaux grâce aux technologies (VR, AR, Metavers), en créant des productions événementielles complexe grâce aux technologies (IA, IOT, immersive), en garantissant l'accessibilité aux personnes en situation de handicap afin de créer des expériences hybrides, adaptatives et personnalisées générant un impact mémorable et durable pour la marque.

C.7.2. Définir des contenus multicanaux favorisant l'engagement des communautés qui intègre les contraintes budgétaires, logistiques et techniques en vue d'amplifier et de maximiser la portée de l'évènement.

C.7.3. Créer des écosystèmes expérientiels multicanaux en cohérence avec la stratégie de la communication interne ou externe afin de répondre aux objectifs stratégiques.

C.7.4. Organiser des écosystèmes expérientiels multicanaux en garantissant une cohérence sur tous les points de contacts et une accessibilité/adaptation aux personnes en situation de handicap pour maximiser l'engagement et la mémorisation de la marque.

C.7.5. Piloter les moyens en orchestrant les équipes pluridisciplinaires tout en intégrant des technologies émergentes pour garantir la bonne réalisation des étapes opérationnelles de l'évènement.

C.7.6. Superviser les appels d'offres, de la rédaction à la contractualisation avec les prestataires afin de garantir l'adéquation de l'offre avec les objectifs attendus.

C.7.7. Soutenir auprès du commanditaire le projet événementiel en argumentant les différents éléments du cahier des charges et en traitant les différentes objections pour emporter l'adhésion.

C.7.8. Gérer les risques ou crises liées à l'événementielles complexes en anticipant les scénarios critiques et en développant des protocoles de gestion de crise adaptées aux enjeux réputationnels afin de garantir le bon déroulement de l'évènement.

C.7.9. Mesurer la réussite de l'événement expérientiel (participation, satisfaction, retombées presse et digitales) en utilisant les outils adéquats (IA, tracking comportemental, analytics avancés) afin de proposer des axes d'amélioration pour les éditions futures.

C.7.10. Parfaire la conduite et le suivi des projets au regard des résultats en formulant des recommandations, en consolidant les processus et en ajustant la stratégie auprès du commanditaire afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés et la pérennité des dispositifs, dans une dynamique d'amélioration continue.

CERTIFICAT 8 : PILOTER LA COMMUNICATION GRAPHIQUE ET VISUELLE

Objectifs de compétences :

C.8.1. Définir un concept créatif aligné sur l'identité et les objectifs de la marque en veillant à adapter l'univers visuel aux contraintes techniques, budgétaires, réglementaires tout en intégrant les tendances graphiques, technologiques (IA) et socioculturelles dans les créations.

C.8.2. Déterminer la signature créative disruptive à l'aide des technologies notamment l'IA générative tout en préservant l'authenticité de la marque et en garantissant sa capacité évolutive selon le support et le contexte.

C.8.3. Elaborer une charte graphique et un workflow créatif en garantissant la cohérence et l'unité esthétique et créative des supports pour gagner en efficacité dans la création de supports de communication et renforcer l'image de marque.

C.8.4. Optimiser une ligne éditoriale en intégrant les innovations visuelles, technologiques et interactives pour optimiser l'expérience utilisateur et l'impact visuel.

C.8.5. Créer les expériences UX/UI en intégrant le design thinking et l'IA comportementale pour repenser les interactions marque-utilisateur.

C.8.6. Superviser la réalisation et la déclinaison visuelle des contenus sur différents formats et supports en coordonnant les équipes créatives internes et les prestataires externes afin d'assurer la fluidité des échanges avec les autres pôles de l'organisation et de contrôler la qualité, la cohérence et la conformité des livrables par rapport à la charte graphique et au concept créatif.

C.8.7. Implémenter des systèmes de mesures d'impacts en utilisant des outils adaptés (IA, tests comportementaux) pour optimiser l'efficacité esthétique et émotionnelle.

C.8.8. Parfaire la conduite et le suivi des projets au regard des résultats en formulant des recommandations, en consolidant les processus et en ajustant la stratégie auprès du commanditaire afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés et la pérennité des dispositifs, dans une dynamique d'amélioration continue.

3. PROGRAMME

MODULES	HEURES	INTERVENANTS	CRÉDIT ECST
Module 0 : Constitution du Groupe - Charte de fonctionnement	7	MA. Roquejoffre	/
Module 1 : Stratégie de communication	28	N. Ribaud	5
Module 2 : Communication et marketing	14	A. Colombet	3
Module 3 : Suite Adobe	21	L. Broquet	4
Module 4 : Écriture et scénario de vidéo	14	B. Grenier	3
Module 5 : Vidéo appliquée	14	E. Morschhauser	3
Module 6 : Business Communication in English	3,5	A. Dean	1
Module 7 : Vidéo appliquée	21	E. Morschhauser	3
Module 8 : Storytelling et écriture créative	14	B. Grenier	3
Module 9 : Écriture de biographies	14	B. Grenier	3
Module 10 : Création de contenus pour les réseaux sociaux	14	C. Fontaine	3
Module 11 : Création de site web et SEO	45,5	C. Senez	4
Module 12 : Finances ludiques	7	V. Valaud	1
Module 13 : Podcast	14	H. Barrau / F. Torrent	3
Module 14 : Intelligence artificielle	14	Maceo Ouitana	3
Module 15 : Master class Pack Google	7	G. Guérin	1
Module 16 : Management	21	J.-L. Bourdereau	2
Module 17 : Management de projet (défilé)	10,5	MA. Roquejoffre	2
Module 18 : UX Design	7	JC. Casalegno	1
Module 19 : Suivi des parcours et Paire apprenance	14	M. Roquejoffre	2
Module 20 : Day Expédition	7	MA. Roquejoffre	/

MODULES	HEURES	INTERVENANTS	CRÉDIT ECST
Module 21 : Témoignages autour de la communication événementielle	14	MA. Roquejoffre / Témoins	2
Module 22 : Anglais débutant	31,5	L. Gerahty	2
Module 23 : Speak English Act	14	J. Moriceau	2
Module 24 : E-Learning et Paire apprenance	70	MA. Roquejoffre	3
Module 25 : Module de spécialisation	14	Intervenants ; Témoins ; Témoins animés par les M2	1

Temps de travail personnel	155			
Total d'heures effectives	600			
	455			60

MODULE 1 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.1, C1.3, C1.5, C1.6, C1.7) et Bloc 2 (C2.1, C2.2, C2.4, C2.5, C2.6)

Le module pose le diagnostic stratégique, le positionnement, la feuille de route, le budget et les modalités de pilotage de la communication omnicanale.

Objectifs pédagogiques :

- Élaborer une stratégie de communication cohérente avec les orientations d'une organisation.
- Identifier les publics cibles et leurs attentes.
- Définir des objectifs, des messages et des indicateurs de performance.

Contenus :

- Diagnostic de la communication existante.
- Analyse des publics et des parties prenantes.
- Définition du positionnement et des messages clés.
- Choix des canaux et construction du plan de communication.
- Pilotage, budget et mesure des résultats.

Modalités d'évaluation :

- Élaboration d'une stratégie de communication à partir d'un cas réel ou simulé.
- Présentation et argumentation des choix réalisés.

MODULE 2 : COMMUNICATION ET MARKETING

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.3, C1.5), Bloc 2 (C2.1, C2.2, C2.7) et Bloc 5 (C5.1, C5.2)

Le rapprochement entre marketing et communication permet d'analyser les publics, de positionner la marque et d'adapter les messages et canaux aux objectifs de marché.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les relations entre stratégie marketing et communication.
- Analyser les besoins et les comportements des publics.
- Construire une proposition de valeur adaptée à une cible.

Contenus :

- Fondamentaux du marketing et de la communication.
- Segmentation, ciblage et positionnement.
- Analyse des besoins et du parcours client.
- Construction d'une proposition de valeur.
- Déclinaison du marketing mix dans la communication.

Modalités d'évaluation :

- Analyse d'une situation marketing et formulation de recommandations.
- Présentation synthétique d'une proposition de valeur.

MODULE 3 : SUITE ADOBE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1) et Bloc 8 (C8.1, C8.2, C8.3, C8.6)

La maîtrise de la Suite Adobe soutient la conception, la déclinaison et la production de supports conformes au concept créatif et à la charte graphique.

Objectifs pédagogiques :

- Utiliser les principales fonctionnalités des logiciels Adobe.
- Produire des supports visuels adaptés aux différents médias.
- Appliquer les règles fondamentales de la création graphique.

Contenus :

- Prise en main de Photoshop, Illustrator et InDesign.
- Retouche et traitement de l'image.
- Création d'illustrations et d'éléments graphiques.
- Mise en page de documents imprimés et numériques.
- Préparation et exportation des fichiers.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation d'un support de communication avec la Suite Adobe.
- Évaluation de la qualité graphique et technique du livrable.

MODULE 4 : ÉCRITURE ET SCÉNARIO DE VIDÉO

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.7), Bloc 5 (C5.2, C5.3, C5.6) et Bloc 8 (C8.1, C8.4, C8.6)

L'écriture scénaristique structure la ligne éditoriale, le récit de marque et la conception de contenus vidéo cohérents avec l'identité visuelle.

Objectifs pédagogiques :

- Transformer une intention de communication en projet vidéo.
- Construire un scénario adapté à une cible et à un format.
- Préparer les différentes étapes de la réalisation.

Contenus :

- Définition de l'intention, du public et du message.
- Principes de narration audiovisuelle.
- Construction du synopsis et du scénario.
- Rédaction du séquencier et du storyboard.
- Préparation du tournage.

Modalités d'évaluation :

- Rédaction d'un scénario court et de son storyboard.
- Présentation et justification des choix narratifs.

MODULE 5 : VIDÉO APPLIQUÉE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 5 (C5.2, C5.3, C5.5) et Bloc 8 (C8.1, C8.6, C8.7)

La vidéo appliquée transforme un concept de marque en contenu audiovisuel, organise sa production et permet d'en apprécier l'efficacité esthétique et émotionnelle.

Objectifs pédagogiques :

- Préparer un tournage à partir d'un scénario.
- Réaliser des prises de vues et de son de qualité.
- Adapter les techniques de tournage au message recherché.

Contenus :

- Préparation technique et organisation du tournage.
- Cadrage, composition et mouvements de caméra.
- Gestion de la lumière et de la prise de son.
- Direction des personnes filmées.
- Réalisation de séquences exploitables au montage.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation d'une séquence vidéo courte.
- Évaluation de la qualité des images, du son et du cadrage.

MODULE 6 : BUSINESS COMMUNICATION IN ENGLISH

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.2, C2.7), Bloc 5 (C5.2) et Bloc 7 (C7.7)

La communication professionnelle en anglais développe l'adaptation des messages aux contextes multiculturels et la capacité à présenter et défendre une proposition.

Objectifs pédagogiques :

- Utiliser un vocabulaire professionnel adapté à la communication.
- Présenter un projet de manière claire en anglais.
- Interagir dans une situation professionnelle internationale.

Contenus :

- Vocabulaire de la communication et du marketing.
- Présentation professionnelle et argumentation.
- Rédaction de messages et de documents courts.
- Conduite d'échanges avec des interlocuteurs internationaux.
- Entraînement à la prise de parole.

Modalités d'évaluation :

- Présentation orale d'un projet professionnel en anglais.
- Évaluation de la clarté, du vocabulaire et de l'aisance relationnelle.

MODULE 7 : VIDÉO APPLIQUÉE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 5 (C5.2, C5.3, C5.5, C5.7) et Bloc 8 (C8.1, C8.6, C8.7, C8.8)

Ce second approfondissement vidéo couvre la production, l'évaluation et l'amélioration des contenus ainsi que leur déclinaison visuelle sur différents supports.

Objectifs pédagogiques :

- Sélectionner et organiser les éléments issus d'un tournage.
- Réaliser un montage cohérent avec le scénario.
- Finaliser une vidéo adaptée à son canal de diffusion.

Contenus :

- Dérushage et sélection des séquences.
- Principes du montage et du rythme audiovisuel.
- Intégration des titres, musiques et transitions.
- Traitement élémentaire de l'image et du son.
- Exportation selon les supports de diffusion.

Modalités d'évaluation :

- Montage et finalisation d'une vidéo courte.
- Évaluation de la cohérence narrative et de la qualité technique.

MODULE 8 : STORYTELLING ET ÉCRITURE CRÉATIVE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.7), Bloc 5 (C5.1, C5.2, C5.3, C5.6) et Bloc 8 (C8.4)

Le storytelling permet de définir des axes narratifs, de créer un univers de marque différenciant et d'ajuster la ligne éditoriale aux supports.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les mécanismes d'un récit mobilisateur.
- Construire une narration adaptée à une organisation ou à un projet.
- Développer une écriture créative au service de la communication.

Contenus :

- Principes et structures du storytelling.
- Personnages, situations, tensions et résolution.
- Recherche d'un angle narratif.
- Techniques d'écriture créative.
- Adaptation du récit aux différents supports.

Modalités d'évaluation :

- Rédaction d'un récit de communication.
- Présentation du récit et justification des choix narratifs.

MODULE 9 : ÉCRITURE DE BIOGRAPHIES

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.7), Bloc 5 (C5.2, C5.3)

L'écriture biographique mobilise les techniques narratives pour produire des contenus authentiques, cohérents et adaptés à une ligne éditoriale de marque.

Objectifs pédagogiques :

- Recueillir et sélectionner les éléments significatifs d'un parcours.
- Construire une narration biographique cohérente.
- Respecter la parole, l'identité et l'intention de la personne concernée.

Contenus :

- Préparation et conduite de l'entretien biographique.
- Recueil et organisation des matériaux.
- Construction du fil narratif.
- Écriture, réécriture et mise en perspective.
- Questions éthiques, consentement et confidentialité.

Modalités d'évaluation :

- Rédaction d'un portrait ou d'un récit biographique.
- Évaluation de la qualité narrative et du respect de la parole recueillie.

MODULE 10 : CRÉATION DE CONTENUS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1, C2.3, C2.7), Bloc 5 (C5.2, C5.3, C5.4, C5.5) et Bloc 6 (C6.2, C6.4, C6.6)

La création de contenus sociaux articule planification opérationnelle, ligne éditoriale, animation de communauté, mesure de l'engagement et outils numériques.

Objectifs pédagogiques :

- Concevoir des contenus adaptés aux principaux réseaux sociaux.
- Organiser une ligne éditoriale cohérente.
- Mesurer et améliorer la performance des publications.

Contenus :

- Caractéristiques des plateformes et de leurs publics.
- Définition des objectifs et de la ligne éditoriale.
- Création de textes, images et vidéos courtes.
- Élaboration d'un calendrier de publication.
- Analyse des indicateurs d'engagement.

Modalités d'évaluation :

- Conception d'une série de publications pour une organisation.
- Présentation du calendrier éditorial et des indicateurs retenus.

MODULE 11 : CRÉATION DE SITE WEB ET SEO

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1, C2.3, C2.7), Bloc 6 (C6.1, C6.3, C6.4, C6.6, C6.11) et Bloc 8 (C8.3, C8.4, C8.5, C8.6, C8.8)

La conception d'un site et son référencement mobilisent la stratégie digitale, le SEO, les workflows de production, l'UX/UI et la cohérence graphique des interfaces.

Objectifs pédagogiques :

- Concevoir l'architecture d'un site répondant aux besoins des utilisateurs.
- Créer et mettre en ligne un site web fonctionnel.
- Optimiser les contenus pour améliorer leur référencement naturel.

Contenus :

- Définition des objectifs et de l'arborescence.
- Conception des pages et de la navigation.
- Prise en main d'un outil de gestion de contenu.
- Rédaction et optimisation des contenus pour le SEO.
- Mise en ligne, suivi et actualisation du site.

Modalités d'évaluation :

- Création ou amélioration d'un site web.
- Audit de la navigation, des contenus et du référencement naturel.

MODULE 12 : FINANCES LUDIQUES

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.7), Bloc 2 (C2.6) et Bloc 3 (C3.2)

Le module apporte les bases nécessaires pour élaborer, négocier et suivre les budgets ainsi que pour dimensionner les moyens financiers des projets.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les principaux mécanismes financiers d'une organisation.
- Lire les données essentielles d'un budget ou d'un compte de résultat.
- Intégrer les contraintes économiques dans la conduite d'un projet.

Contenus :

- Notions de charges, produits, marge et résultat.
- Construction et suivi d'un budget.
- Analyse simplifiée d'un compte de résultat.
- Calcul du seuil de rentabilité.
- Simulations financières appliquées à un projet.

Modalités d'évaluation :

- Résolution d'une simulation financière en équipe.
- Analyse et justification des décisions prises.

MODULE 13 : PODCASTS

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1, C2.3, C2.7) et Bloc 5 (C5.2, C5.3, C5.5)

Le podcast constitue un canal éditorial à planifier et produire ; il contribue au brand content, à la narration de marque et à l'engagement des publics.

Objectifs pédagogiques :

- Concevoir un podcast répondant à un objectif de communication.
- Préparer et conduire une interview ou une chronique.
- Enregistrer et finaliser un contenu sonore diffusable.

Contenus :

- Définition du concept et du format éditorial.
- Écriture du conducteur et préparation des interventions.
- Techniques d'interview et d'animation.
- Prise de son, montage et habillage sonore.
- Diffusion et promotion du podcast.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation d'un épisode court de podcast.
- Évaluation du contenu, de l'animation et de la qualité sonore.

MODULE 14 : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.1, C1.5), Bloc 4 (C4.2, C4.4, C4.7), Bloc 5 (C5.1, C5.5, Bloc 6 (C6.2, C6.4, C6.5, C6.6, C6.7, C6.8, C6.9, C6.10), Bloc 7 (C7.1, C7.9) et Bloc 8 (C8.2, C8.5, C8.7)

L'intelligence artificielle est transversale : veille, production et mesure des contenus, personnalisation, automatisation, gouvernance éthique, UX et analyse de performance.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les possibilités et les limites de l'intelligence artificielle.
- Utiliser des outils d'IA pour produire et améliorer des contenus.
- Intégrer l'IA dans une démarche professionnelle responsable.

Contenus :

- Principes généraux de l'intelligence artificielle générative.
- Formulation de consignes et méthodes de dialogue avec l'IA.
- Production de textes, d'images et d'idées.
- Vérification, amélioration et personnalisation des résultats.
- Enjeux éthiques, juridiques et environnementaux.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation d'un cas d'usage professionnel mobilisant l'IA.
- Analyse critique de la démarche et des résultats obtenus.
- Évaluation du contenu, de l'animation et de la qualité sonore.

MODULE 15 : MASTER CLASS PACK GOOGLE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.2), Bloc 2 (C2.3, C2.5), Bloc 3 (C3.3, C3.4), et Bloc 6 (C6.6, C6.9)

Les outils Google soutiennent le stockage documentaire, la collaboration, les workflows partagés, le suivi d'activité et l'appropriation des outils numériques par les équipes.

Objectifs pédagogiques :

- Utiliser les principales applications collaboratives de Google.
- Organiser le partage et la circulation de l'information.
- Produire collectivement des documents et des supports.

Contenus :

- Organisation des fichiers avec Google Drive.
- Création collaborative de documents et de tableaux.
- Conception de présentations partagées.
- Utilisation des formulaires et agendas.
- Gestion des accès et bonnes pratiques de collaboration.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation collective d'un espace de travail partagé.
- Vérification de l'organisation des fichiers et des droits d'accès.

MODULE 16 : MANAGEMENT

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.3), Bloc 3 (C3.1, C3.2, C3.3, C3.4) et Bloc 4 (C4.3, C4.6)

Le management couvre l'organisation du service, l'allocation des moyens, la mobilisation et le suivi des équipes ainsi que l'engagement interne.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le rôle du manager dans une organisation.
- Adapter son mode de management aux situations et aux personnes.
- Animer une équipe en favorisant coopération et responsabilisation.

Contenus :

- Rôles, responsabilités et postures du manager.
- Styles de management et diagnostic des situations.
- Fixation des objectifs et délégation.
- Communication, motivation et reconnaissance.
- Régulation des tensions et animation du collectif.

Modalités d'évaluation :

- Analyse d'une situation managériale.
- Proposition et argumentation d'un plan d'action adapté.

MODULE 17 : MANAGEMENT DE PROJET : DÉFILÉ

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1, C2.3, C2.5, C2.6), Bloc 3 (C3.2, C3.3, C3.4), Bloc 7 (C7.2, C7.3, C7.4, C7.5, C7.6, C7.7, C7.8, C7.9, C7.10) et Bloc 8 (C8.6)

Le projet Défilé constitue une mise en œuvre événementielle : cadrage, budget, coordination, prestataires, soutenance, gestion des risques, mesure des résultats et production visuelle.

Objectifs pédagogiques :

- Structurer un projet événementiel collectif.
- Répartir les responsabilités et coordonner les contributeurs.
- Piloter la réalisation du projet dans le respect des contraintes.

Contenus :

- Définition des objectifs et du périmètre du défilé.
- Identification des tâches, ressources et responsabilités.
- Construction du calendrier et du budget.
- Coordination des partenaires et des équipes.
- Suivi de la réalisation et bilan du projet.

Modalités d'évaluation :

- Évaluation de la contribution au projet collectif.
- Présentation du bilan et des enseignements tirés de l'expérience.

MODULE 18 : UX DESIGN

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.2, C2.5), Bloc 6 (C6.1, C6.3, C6.4, C6.11) et Bloc 8 (C8.1, C8.4, C8.5, C8.7, C8.8)

L'UX Design analyse l'écosystème et les usages, conçoit des interfaces ergonomiques, teste leur impact et améliore l'expérience marque-utilisateur.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les besoins et les usages des utilisateurs.
- Concevoir une expérience simple, accessible et cohérente.
- Prototyper et tester une solution numérique.

Contenus :

- Principes de l'expérience utilisateur.
- Recherche utilisateur et formulation des besoins.
- Parcours utilisateur et architecture de l'information.
- Réalisation de maquettes et de prototypes.
- Tests utilisateurs et amélioration de la solution.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation d'un prototype répondant à un besoin identifié.
- Présentation des résultats des tests et des améliorations apportées.

MODULE 19 : SUIVI DES PARCOURS ET PAIRE-APPRENTISSAGE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 3 (C3.1, C3.3, C3.4) et Bloc 6 (C6.9)

Le suivi des parcours et la pair-apprentissage relèvent de l'organisation de la formation, de la coopération, du suivi des progrès et de l'accompagnement à l'appropriation des pratiques.

Objectifs pédagogiques :

- Analyser sa progression et identifier ses besoins d'apprentissage.
- Partager des pratiques et des ressources avec ses pairs.
- Élaborer un plan personnel de développement des compétences.

Contenus :

- Bilan des apprentissages et des expériences réalisées.
- Analyse réflexive des réussites et des difficultés.
- Méthodes de retour d'expérience entre pairs.
- Partage de ressources et résolution collective de problèmes.
- Formalisation d'un plan de progression individuel.

Modalités d'évaluation :

- Présentation d'un bilan réflexif du parcours.
- Élaboration d'un plan d'action personnel argumenté.

MODULE 20 : DAY EXPÉDITION

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.1, C1.3), Bloc 3 (C3.3) et Bloc 7 (C7.1, C7.3, C7.4, C7.9)

La Day Expédition est rapprochée de l'observation de terrain, de l'expérience collective et de l'analyse d'un dispositif expérientiel ; ce rattachement mérite validation selon son scénario détaillé.

Objectifs pédagogiques :

- Observer un environnement professionnel ou territorial.
- Recueillir des informations auprès des acteurs rencontrés.
- Transformer les observations en enseignements exploitables.

Contenus :

- Préparation de l'expédition et définition des questions.
- Observation de terrain et collecte d'informations.
- Rencontres et entretiens avec les acteurs.
- Mise en commun et analyse des découvertes.
- Restitution des enseignements et pistes d'action.

Modalités d'évaluation :

- Production d'une restitution collective de l'expédition.
- Évaluation de la pertinence des observations et des enseignements.

MODULE 21 : TÉMOIGNAGES AUTOUR DE LA COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.3) et Bloc 7 (C7.1, C7.2, C7.3, C7.4, C7.5, C7.6, C7.7, C7.8, C7.9, C7.10)

Les témoignages de professionnels permettent d'aborder l'ensemble du cycle d'un projet événementiel, de sa stratégie à son amélioration, en passant par les équipes, prestataires, risques et résultats.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les réalités professionnelles de la communication événementielle.
- Identifier les acteurs et les étapes de conception d'un événement.
- Analyser les facteurs de réussite et les risques d'un projet événementiel.

Contenus :

- Témoignages de professionnels du secteur.
- Diversité des métiers et des responsabilités.
- Conception et organisation d'un événement.
- Coordination des prestataires et des partenaires.
- Retours d'expérience et analyse de situations réelles.

Modalités d'évaluation :

- Rédaction d'une synthèse des enseignements professionnels.
- Analyse d'un cas présenté par un intervenant.

MODULE 22 : ANGLAIS DÉBUTANTS

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.2, C2.7), Bloc 5 (C5.2) et Bloc 7 (C7.7)

L'anglais consolide l'adaptation des contenus aux contextes culturels et prépare la présentation de messages ou de projets de communication à un public international.

Objectifs pédagogiques :

- Acquérir le vocabulaire courant nécessaire aux échanges simples.
- Comprendre et formuler des messages professionnels élémentaires.
- Prendre confiance dans la pratique orale de l'anglais.

Contenus :

- Révision des structures grammaticales fondamentales.
- Vocabulaire de la vie courante et professionnelle.
- Compréhension de messages écrits et oraux simples.
- Présentation de soi et de son activité.
- Entraînement à des conversations professionnelles courtes.

Modalités d'évaluation :

- Exercices progressifs de compréhension et d'expression.
- Mise en situation orale adaptée au niveau du participant.

MODULE 23 : SPEAK ENGLISH ACT

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.7), Bloc 4 (C4.8), Bloc 5 (C5.2) et Bloc 7 (C7.7)

Speak English Act développe la prise de parole, l'incarnation des messages de marque et l'argumentation orale d'un projet dans un contexte international.

Objectifs pédagogiques :

- Développer l'aisance et la spontanéité à l'oral.
- Interagir en anglais dans des situations professionnelles.
- Mobiliser le vocabulaire et les expressions adaptés au contexte.

Contenus :

- Jeux de rôle et mises en situation.
- Présentation de projets et prise de parole.
- Conversations et débats en petits groupes.
- Travail sur la prononciation et l'écoute.
- Acquisition d'expressions professionnelles courantes.

Modalités d'évaluation :

- Participation à une mise en situation professionnelle en anglais.
- Évaluation de la fluidité, de la compréhension et de l'interaction.

MODULE 24 : E-LEARNING ET PAIRE APPRENANCE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 3 (C3.1, C3.3, C3.4) et Bloc 6 (C6.6, C6.9)

L'e-learning et la pair-apprenance organisent des workflows d'apprentissage, favorisent la coopération et permettent d'accompagner et de suivre la montée en compétences numériques.

Objectifs pédagogiques :

- Développer ses compétences en autonomie à partir de ressources numériques.
- Organiser et réguler son parcours individuel d'apprentissage.
- Consolider les acquis par les échanges et la coopération entre pairs.

Contenus :

- Parcours numériques et ressources pédagogiques en ligne.
- Activités individuelles d'acquisition et d'approfondissement.
- Échanges de pratiques et travaux entre pairs.
- Séances de régulation et d'accompagnement des apprentissages.
- Production de traces et constitution d'un portfolio de compétences.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation des activités prévues dans le parcours numérique.
- Présentation des acquis et des productions dans un portfolio.

MODULE 25 : MODULE DE SPÉCIALISATION

Correspondance bloc de compétences : Bloc 5 (C5.7), Bloc 6 (C6.11), Bloc 7 (C7.10) ou Bloc 8 (C8.8)

Faute de précision sur la spécialisation choisie, le rattachement est proposé aux compétences de conduite, d'ajustement et d'amélioration continue des blocs métiers 5 à 8 ; il devra être affiné selon le contenu effectif.

Objectifs pédagogiques :

- Approfondir un domaine particulier de la communication.
- Mobiliser des connaissances expertes dans une situation professionnelle.
- Construire une réponse adaptée à une problématique spécialisée.

Contenus :

- Apports d'experts et témoignages professionnels.
- Étude des évolutions et pratiques du domaine choisi.
- Analyse de situations et de cas spécialisés.
- Mise en application dans le cadre d'un projet.
- Restitution et partage des enseignements.

Modalités d'évaluation :

- Production individuelle ou collective liée à la spécialisation.
- Présentation argumentée devant les intervenants ou les pairs.

4. TEMPS FORTS

NUIT DE LA CRISE – Gérer l'imprévisible

Une crise ne prévient pas et survient rarement au bon moment. La «Nuit de la crise» place les étudiants face à une situation soudaine - imaginée par la direction IFIC sur un jour de cours - qu'ils devront analyser et gérer en temps réel : prise de décision, messages, médias, réseaux sociaux et réaction à l'imprévu. Une expérience destinée à apprendre à communiquer vite, juste et efficacement sous pression, y compris sur des horaires inhabituels.

HACKATHON – 3 jours pour relever le défi

Durant une semaine IFIC, les différentes classes Mastère participent à un challenge immersif de trois jours. Réunis en équipes autour d'une problématique de communication, les étudiants doivent imaginer une stratégie, créer des contenus et défendre leurs choix. Un exercice grandeur nature qui stimule créativité, réactivité, esprit d'équipe et capacité à convaincre.

PAIRE APPRENNANCES – Apprendre les uns des autres

À l'IFIC, chacun possède des compétences qui peuvent enrichir les autres. La paire apprenante repose sur l'échange et la transmission : je partage ce que je maîtrise et je bénéficie des compétences des autres. Une méthode collaborative qui développe l'entraide, l'autonomie et l'intelligence collective.

COURS NOMADES EN E-LEARNING – Apprendre autrement

Un parcours pédagogique moderne associant contenus numériques sélectionnés, ressources professionnelles, quiz et évaluations. L'étudiant avance à son rythme et organise son apprentissage dans les différents espaces de Vichy Campus : salle informatique, bibliothèque ou espaces de travail. Une approche qui favorise autonomie, responsabilisation et nouvelles pratiques d'apprentissage.

5. MODALITÉS D'ÉVALUATION

Nous distinguons clairement deux modalités d'évaluation :

1. Les évaluations par module

- qui visent à favoriser l'ancrage mémoriel et la professionnalisation
- qui visent à vérifier les connaissances et les compétences visées. (Savoir, savoir-faire, savoir-être).

Celles – ci passent par des quizz, des études de cas, des simulations, etc. En lien avec les futures situations professionnelles des étudiants

2. L'Évaluation académique qui passe par la réalisation d'un mémoire professionnel portant sur un cas d'entreprise à partir d'une méthodologie rigoureuse s'appuyant sur le référentiel de compétences déclaré au RNCP et donnant lieu à une soutenance orale.

6. PRINCIPES PÉDAGOGIQUES ET PHILOSOPHIE DE LA FORMATION

Notre action vise à proposer une expérience pédagogique unique. Il s'appuie sur les principes suivants :

1. La professionnalisation :

Nous ne préparons pas seulement à des diplômes mais aussi à des emplois. La formation est qualifiante au sens du RNCP mais elle est aussi professionnalisante. Elle tient compte des besoins des employeurs qui ont participé à la conception du programme. Ils ont des attentes bien précises :

- Des collaborateurs équipés des méthodes et des outils leur permettant d'avoir des capacités réelles à réaliser des activités et des situations professionnelles concrètes en lien avec les métiers préparés.
- Des collaborateurs capables de s'adapter aux évolutions rapides des métiers et des organisations

Ces attentes nous incitent à :

- Être à l'écoute des professionnels du secteur en veillant à faire évoluer la pertinence des compétences enseignées pour rester alignés, voire anticiper.
- Choisir des formateurs experts dans leur domaine, ayant des capacités à enseigner des méthodes et des outils actualisés fondés sur leur expérience professionnelle.

Nous prenons également un soin tout particulier à favoriser une sociabilité professionnelle de qualité en instaurant des règles de comportements fondés sur le respect mutuel et le travail d'équipe.

2. Une pédagogie innovante :

La pédagogie alterne des temps de formation en présentiel en mode synchrone et des temps d'autodidaxie guidée en mode asynchrone à travers des modules de e-learning ou des web ateliers.

Nous distinguons les évaluations formatives des formations certifiantes. Les premières sont gérées dans le cadre d'un processus d'évaluation partagée. Elles visent à préparer la réussite des secondes qui elles sont assurées par les enseignants.

Des temps de « paire apprenance» visant à favoriser des échanges entre pairs sont également organisés pour favoriser une dynamique d'apprentissage mutuel permanent.

Réalisation de chantiers en vraie grandeur durant la formation pour des clients.

3. Un accompagnement personnalisé :

Le suivi individuel est une condition de réussite et de développement professionnel. Il inclue une réflexion sur son projet professionnel et un coaching jusqu'à l'intégration dans l'emploi.

4. Un réseau de partenaires associés :

Au-delà d'un centre de compétences, nous souhaitons favoriser l'intégration professionnelle des étudiants dans l'emploi à son meilleur niveau. C'est pourquoi nous veillons à entretenir de bonnes relations avec le tissu économique et professionnel du secteur pour faciliter l'accès des étudiants à des stages ou des périodes d'immersion professionnelle destinés à offrir une expérience pratique significative.

7. RÈGLEMENT DES ÉTUDES

Les cours auront au pôle campus CCI, 15 rue Montaret, 03200 Vichy.

Les horaires de l'ensemble des cours sont 9h-12h30 et de 13h30-17h ou 18h selon les cas avec une pause dans la matinée et une pause dans l'après-midi de 20 min.

Durant le temps des cours, l'utilisation des téléphones portables est suspendue, (sauf utilisation pédagogique spécifique).

Chaque module fera l'objet d'une évaluation qui contribuera à une moyenne par certificat. Les modalités des évaluations sont laissées à l'initiative des intervenants en cohérence avec les exigences du référentiel. Si la moyenne par certificat n'est pas atteinte, les étudiants seront dans l'obligation de faire un ou plusieurs rattrapages.

Les notes intégreront également une note individuelle qui portera sur 3 critères :
(Elle représentera 25% de la note)

- Assiduité
- Participation
- Comportement social

Une charte de groupe sera réalisée de façon participative avec le groupe. Une évaluation partagée sera organisée chaque trimestre avec le groupe pour déterminer les points de réussite et des axes de progrès.

En cas d'impossibilité de participer à un cours un certificat médical justificatif sera demandé.

3 entretiens individuels seront organisés au début, au milieu et en fin de parcours pour faire le point sur l'expérience vécue et le projet professionnel.

En cas d'absence liée à une obligation professionnelle, il sera nécessaire de donner un justificatif signé par le tuteur de l'entreprise et de prévenir le responsable pédagogique et l'intervenant(e) concerné(e).

8. MATRICE DES COURS

IFIC	NIVEAU	JOURS	PÉRIODE	DATES	INTERVENANT	COURS		
2026/2027								
Semaine 38 du 14 septembre au 18 septembre 2026	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	14/09	MA Roquejoffre	Rentrée		
			APRÈS-MIDI	14/09	MA Roquejoffre	Rentrée		
		MARDI	MATIN	15/09	MA Roquejoffre	Cours Introduction / Référentiel de niveau		
			APRÈS-MIDI	15/09	MA Roquejoffre	Cours Introduction / Référentiel de niveau		
		MERCREDI	MATIN	16/09	E Morschhauser Mutualisé Bachelor & M1	Vidéo appliquée		
			APRÈS-MIDI	16/09	E Morschhauser Mutualisé Bachelor & M1	Vidéo appliquée		
		JEUDI	MATIN	17/09	E Morschhauser Mutualisé Bachelor & M1	Vidéo appliquée		
			APRÈS-MIDI	17/09	E Morschhauser Mutualisé Bachelor & M1	Vidéo appliquée		
		VENDREDI	MATIN	18/09	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants		
			APRÈS-MIDI	18/09	E learning	E learning		
Semaine 39 du 21 septembre au 25 septembre 2026	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	21/09	B Grenier Mutualisé Bachelor & M1	Écriture et scénario de Vidéo		
			APRÈS-MIDI	21/09	B Grenier Mutualisé Bachelor & M1	Écriture et scénario de Vidéo		
		MARDI	MATIN	22/09	B Grenier Mutualisé Bachelor & M1	Écriture et scénario de Vidéo		
			APRÈS-MIDI	22/09	B Grenier Mutualisé Bachelor & M1	Écriture et scénario de Vidéo		
		MERCREDI	MATIN	23/09	C Fontaine	Contenus RS		
			APRÈS-MIDI	23/09	C Fontaine	Contenus RS		
		JEUDI	MATIN	24/09	C Fontaine	Contenus RS		
			APRÈS-MIDI	24/09	C Fontaine	Contenus RS		
		VENDREDI	MATIN	25/09	L Broquet	Adobe		
			APRÈS-MIDI	25/09	L Broquet	Adobe		
Semaine 43 du 19 octobre au 23 octobre 2026	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	19/10	N Ribaud	Stratégie Communication		
			APRÈS-MIDI	19/10	N Ribaud	Stratégie Communication		
		MARDI	MATIN	20/10	N Ribaud	Stratégie Communication		
			APRÈS-MIDI	20/10	N Ribaud	Stratégie Communication		
		MERCREDI	MATIN	21/10	G Guerin	Master class Pack google		
			APRÈS-MIDI	21/10	G Guerin	Master class Pack google		
		JEUDI	MATIN	22/10	Intervenants	Module spécialisation		Adélaïde Lutun cours à 11h
			APRÈS-MIDI	22/10	Témoins	Module spécialisation		Adélaïde Lutun cours à 11h
		VENDREDI	MATIN	23/10	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants		
			APRÈS-MIDI	23/10	MAR	E learning		
Semaine 48 du 23 novembre au 27 novembre 2026	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	23/11	N Ribaud	Stratégie Communication		
			APRÈS-MIDI	23/11	N Ribaud	Stratégie Communication		
		MARDI	MATIN	24/11	N Ribaud	Stratégie Communication		
			APRÈS-MIDI	24/11	N Ribaud	Stratégie Communication		
		MERCREDI	MATIN	25/11	A Colombet	Communication et Marketing		
			APRÈS-MIDI	25/11	A Colombet	Communication et Marketing		
		JEUDI	MATIN	26/11	A Colombet	Communication et Marketing		
			APRÈS-MIDI	26/11	A Colombet	Communication et Marketing		
		VENDREDI	MATIN	27/11	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants		
			APRÈS-MIDI	27/11	MAR	E learning		
Semaine 51 du 14 décembre au 18 décembre 2026	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	14/12	C Senez	Création site web + SEO		
			APRÈS-MIDI	14/12	C Senez	Création site web + SEO		
		MARDI	MATIN	15/12	C Senez	Création site web + SEO		
			APRÈS-MIDI	15/12	C Senez	Création site web + SEO		
		MERCREDI	MATIN	16/12	MAR	E learning		
			APRÈS-MIDI	16/12	Restitution A Dean	Business Communication in english		
		JEUDI	MATIN	17/12	MAR	E learning		
			APRÈS-MIDI	17/12	E learning	E learning		
		VENDREDI	MATIN	18/12	MAR	Journée Noël		
			APRÈS-MIDI	18/12	MAR	Journée Noël		
Semaine 3 du 18 janvier au 22 janvier 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	18/01	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Story Telling, écriture créative		
			APRÈS-MIDI	18/01	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Story Telling, écriture créative		
		MARDI	MATIN	19/01	B Grenier Mutualisé M1 & M2			13
			APRÈS-MIDI	19/01	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Story Telling, écriture créative		
		MERCREDI	MATIN	20/01	MAR	E learning		
			APRÈS-MIDI	20/01	E learning	E learning		
		JEUDI	MATIN	21/01	MAR	Témoins de communication Event		
			APRÈS-MIDI	21/01	MAR	Témoins de communication Event		
		VENDREDI	MATIN	22/01	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants		
			APRÈS-MIDI	22/01	MAR	Témoins de communication Event		
Semaine 7 du 15 février au 19 février 2027		LUNDI	MATIN	15/02	MAR	Projet Défilé		
			APRÈS-MIDI	15/02	MAR	Projet Défilé		
		MARDI	MATIN	16/02	H Barrau / F Torrent	Podcasts		
			APRÈS-MIDI	16/02	H Barrau / F Torrent	Podcasts		
		MERCREDI	MATIN	17/02	H Barrau / F Torrent	Podcasts		
			APRÈS-MIDI	17/02	H Barrau / F Torrent	Podcasts		
		JEUDI	MATIN	18/02	MAR	Day Expédition		
			APRÈS-MIDI	18/02	MAR	Day Expédition		
		VENDREDI	MATIN	19/02	Libre	E learning		
			APRÈS-MIDI	19/02	Libre	E learning		
Semaine 8 du 22 février au 26 février 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	22/02	C Senez	Création site web + SEO		
			APRÈS-MIDI	22/02	C Senez	Création site web + SEO		
		MARDI	MATIN	23/02	C Senez	Création site web + SEO		
			APRÈS-MIDI	23/02	C Senez	Création site web + SEO		
		MERCREDI	MATIN	24/02	MAR	Témoins de communication Event		
			APRÈS-MIDI	24/02	E learning	E learning		
		JEUDI	MATIN	25/02	Intervenants	Module spécialisation		
			APRÈS-MIDI	25/02	Témoins Animation par M2	Module spécialisation		
		VENDREDI	MATIN	26/02	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants		
			APRÈS-MIDI	26/02				
Semaine 12 du 22 mars au 26 mars 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	22/03		IA		
			APRÈS-MIDI	22/03		IA		
		MARDI	MATIN	23/03		IA		
			APRÈS-MIDI	23/03		IA		
		MERCREDI	MATIN	24/03	V Valaud	Finances ludiques		
			APRÈS-MIDI	24/03	V Valaud	Finances ludiques		
		JEUDI	MATIN	25/03	C Senez	Word press		
			APRÈS-MIDI	25/03	C Senez	Word press		
		VENDREDI	MATIN	26/03	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants		

Semaine 17 du 26 avril au 30 avril 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	26/04	L Broquet	Adobe
			APRÈS-MIDI	26/04	L Broquet	Adobe
		MARDI	MATIN	27/04	MAR	E learning
			APRÈS-MIDI	27/04	E learning	E learning
		MERCREDI	MATIN	28/04	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Ecriture de biographies
			APRÈS-MIDI	28/04	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Ecriture de biographies
		JEUDI	MATIN	29/04	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Ecriture de biographies
			APRÈS-MIDI	29/04	B Grenier Mutualisé M1 & M2	Ecriture de biographies
		VENDREDI	MATIN	30/04	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
		VENDREDI	APRÈS-MIDI	30/04	C Senez	Création site web marchand
Semaine 21 du 24 mai au 28 mai 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	24/05	L Broquet	Adobe
			APRÈS-MIDI	24/05	L Broquet	Adobe
		MARDI	MATIN	25/05	J Moriceau Mutualisé M1 & M2	Speak English Act
			APRÈS-MIDI	25/05	J Moriceau Mutualisé M1 & M2	Speak English Act
		MERCREDI	MATIN	26/05	J Moriceau Mutualisé M1 & M2	Speak English Act
			APRÈS-MIDI	26/05	J Moriceau Mutualisé M1 & M2	Speak English Act
		JEUDI	MATIN	27/05	Intervenants	Module spécialisation
			APRÈS-MIDI	27/05	Témoins Animation par M2	Module spécialisation
		VENDREDI	MATIN	28/05	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
			APRÈS-MIDI	28/05	C Senez	Création site web marchand
Semaine 25 du 21 juin au 25 juin 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	21/06	JL Bourdureau	Management
			APRÈS-MIDI	21/06	JL Bourdureau	Management
		MARDI	MATIN	22/06	JL Bourdureau	Management
			APRÈS-MIDI	22/06	JL Bourdureau	Management
		MERCREDI	MATIN	23/06	MAR Témoins	Témoins de communication Event
			APRÈS-MIDI	23/06	E learning	E learning
		JEUDI	MATIN	23/06	MAR	Témoins de communication Event
			APRÈS-MIDI	24/06	MTR Témoins	Suite de parcours et Travail réalisé en entreprise
		VENDREDI	MATIN	25/06	L Gerahy Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
			APRÈS-MIDI	25/06	MTR	Suite de parcours et Travail réalisé en entreprise
Semaine 27 du 5 juillet au 9 juillet 2027	MASTÈRE 1	LUNDI	MATIN	05/07	JL Bourdureau	Management
			APRÈS-MIDI	05/07	JL Bourdureau	Management
		MARDI	MATIN	06/07	C Casalegno	UX Design
			APRÈS-MIDI	06/07	C Casalegno	UX Design
		MERCREDI	MATIN	07/07	MAR	E learning
			APRÈS-MIDI	07/07	MAR	E learning
		JEUDI	MATIN	08/07	MAR	E learning
			APRÈS-MIDI	08/07	MAR	E learning
		VENDREDI	MATIN	09/07	MAR	E learning
			APRÈS-MIDI	09/07	MAR	E learning

9. LISTE DES PRÉREQUIS POUR LA PRÉSENTATION À L'EXAMEN DE CERTIFICATION

CFA COM'Formations / IFIC

1. Conditions générales (pour tous les candidats)

- Avoir suivi l'intégralité du parcours de formation prévu dans le référentiel.
- Ne pas avoir été absent(e) de manière injustifiée aux séances de formation.
- Avoir signé l'attestation de lecture et d'approbation du règlement intérieur IFIC.
- Avoir signé l'attestation de non-plagiat concernant les travaux et textes remis.
- Avoir respecté les délais et modalités fixés par le CFA pour la remise des livrables (dossiers, mémoire, rapports, productions, etc.).
- Avoir remis le mémoire à la date et heure précisée sur la convocation transmise par le CFA.
- Avoir respecté les consignes relatives à la rédaction du mémoire (confidentialité, équité, usage des documents autorisés).

2. Conditions spécifiques – Alternants

- Avoir obtenu la validation des périodes en entreprise (assiduité, livrables, évaluations).

3. Conditions spécifiques – Étudiants en formation initiale

- Être à jour du paiement des cotisations liées au financement du parcours de formation.

Important : tout manquement à l'un de ces points peut entraîner une impossibilité de se présenter à l'examen de certification.

10. MÉMOIRE PROFESSIONNEL VALIDANT LE PARCOURS DE FORMATION DIPLOMANTE

1. Définition d'un mémoire professionnel

Mémoire professionnel et mémoire académique : une distinction nécessaire

Le mémoire professionnel se distingue du mémoire académique par sa finalité et par sa méthodologie.

Un mémoire académique, élaboré à l'université, a pour objectif principal de contribuer à l'avancée des connaissances scientifiques dans une discipline. Il s'appuie sur une problématique théorique, mobilise une méthodologie de recherche rigoureuse et vise un public d'enseignants-chercheurs et de pairs académiques. Son apport est d'ordre scientifique : il produit des résultats généralisables et participe au débat intellectuel.

À l'inverse, le mémoire professionnel relève d'une logique d'action. Conçu dans le cadre d'une formation à visée professionnelle, il prend appui sur une situation réelle, rencontrée dans une organisation ou un secteur d'activité. Sa problématique est issue du terrain et ses résultats visent avant tout à améliorer les pratiques, à formuler des recommandations concrètes ou à proposer des outils utiles aux acteurs concernés. Il articule ainsi connaissances théoriques et expériences pratiques afin de produire des réponses opérationnelles.

En résumé, le mémoire académique contribue à la science, tandis que le mémoire professionnel contribue à l'action. L'un enrichit le savoir, l'autre transforme la pratique.

2. Définition d'une problématique professionnelle

Une problématique professionnelle est une question centrale issue d'une situation de travail réelle qui met en tension un besoin de compréhension et un besoin d'action.

Elle traduit un écart entre ce qui est observé dans la pratique et ce qui est souhaité ou attendu.

Elle doit être reliée à des enjeux organisationnels ou managériaux concrets (efficacité, communication, qualité, santé au travail, innovation, etc.).

Elle est formulée sous forme de question de recherche appliquée, afin de permettre une analyse et de déboucher sur des recommandations opérationnelles.

Caractéristiques d'une bonne problématique professionnelle

- Claire et précise : elle ne se limite pas à un thème général (ex. « la communication interne ») mais identifie une tension spécifique (ex. « comment améliorer la circulation de l'information entre équipes travaillant en horaires décalés ? »).
- En lien direct avec l'expérience de terrain : issue d'un diagnostic, d'observations, d'entretiens ou d'un problème rencontré.
- Elle doit être éclairée par la théorie en mobilisant des concepts, modèles ou théories permettant de l'analyser.
- Orientée vers l'action : elle doit conduire à des pistes concrètes d'amélioration, de transformation ou d'innovation.

3. Les étapes de la réalisation du mémoire professionnel

- Choix du domaine d'intervention et de l'entreprise
- Convention de tutorat signée
- Fiche d'avant-projet
- Problématique définitive
- Plan détaillé
- Auto-évaluation au regard de la grille des compétences – 7 blocs
- Remise du dossier écrit en format digital, accompagné de tous les documents obligatoires
- Soutenance

4. Quelques points clés :

Le cours de méthodologie donnera lieu à une note spécifique qui sera composé des différentes notes attribuées à chaque étape de l'avancée de la conception et de la rédaction du Mémoire. Nous intégrerons des rituels de présentation orale pour développer les capacités d'expression en public.

Le Jury final comprend un directeur de Jury assisté de 2 autres jurés qui ne sont pas intervenant dans les programmes (Sauf en Bachelor) mais des intervenants qualifiés, c'est-à-dire reconnu pour leurs expériences et expertises professionnels.

lias web et print
ourd'hui

z-VOUS
joutée
gitale !



Les références réglementaires et citoyennes

VOS DROITS ET DEVOIRS EN TANT QU'APPRENTI

En tant qu'apprenti, vous êtes salarié de l'entreprise qui vous emploie. Vous bénéficiez donc des mêmes droits que les autres salariés, et êtes soumis tout comme eux à un certain nombre d'obligations.

1. Apprenti : vos droits

En tant que salarié :

- vous percevez une rémunération ;
- vous bénéficiez d'une couverture sociale : vous êtes affilié au régime de protection sociale dont dépend votre employeur, vous bénéficiez des congés maladie et de maternité/paternité... ;
- vous avez droit aux congés payés : soit 5 semaines par an auxquelles s'ajoutent 5 jours de congés supplémentaires pour préparer les examens ;
- vous avez droit à une période probatoire de 45 jours au moment de votre embauche lors de laquelle vous pouvez rompre votre contrat sans motif ;
- vous pouvez participer aux élections professionnelles de l'entreprise (si
- vous remplissez les conditions d'électorat et d'éligibilité).

Votre statut d'apprenti vous donne droit à :

- une carte nationale d'apprenti (ou carte étudiant des métiers) qui donne accès à de nombreux avantages et réductions ;
- une exonération d'impôts sur le revenu si votre salaire ne dépasse pas le Smic annuel.

2. Apprenti : vos obligations

En tant qu'apprenti, vous vous engagez à :

- assister aux cours dispensés au sein de votre organisme de formation ;
- être présent chez votre employeur et à respecter les horaires de travail qui figurent dans votre contrat ;
- effectuer les travaux qui vous sont confiés par votre employeur ;
- respecter les règlements intérieurs, les consignes et le matériel, au sein de l'organisme de formation comme chez votre employeur ;
- vous présenter aux examens ;
- transmettre les justificatifs nécessaires en cas d'absence.

À savoir

En cas de difficulté avec votre employeur, vous pouvez contacter le médiateur de l'apprentissage désigné par la chambre consulaire dont il dépend : Chambre de commerce et d'industrie pour les entreprises commerciales ou industrielles, Chambre des métiers et de l'artisanat pour les entreprises artisanales, Chambre d'agriculture, pour les entreprises agricoles.

Ce médiateur a pour mission d'intervenir pour essayer de résoudre les conflits entre l'employeur et vous.

1 La France est une **République indivisible, laïque, démocratique et sociale**. Elle assure l'égalité devant la loi, sur l'ensemble de son territoire, de tous les citoyens. Elle respecte toutes les croyances.

2 La République laïque organise la **séparation des religions et de l'État**. L'État est neutre à l'égard des convictions religieuses ou spirituelles. Il n'y a pas de religion d'État.

●●● LA RÉPUBLIQUE EST LAÏQUE ●●●

3 La laïcité garantit la **liberté de conscience** à tous. **Chacun est libre de croire ou de ne pas croire**. Elle permet la libre expression de ses convictions, dans le respect de celles d'autrui et dans les limites de l'ordre public.

4 La laïcité permet l'exercice de la citoyenneté, en conciliant la **liberté de chacun** avec l'**égalité** et la **fraternité de tous** dans le souci de l'intérêt général.

5 La République assure dans les établissements scolaires le respect de chacun de ces principes.

CHARTRE DE LA LAÏCITÉ À L'ÉCOLE

La Nation confie à l'École la mission de faire partager aux élèves les valeurs de la République.

6 La laïcité de l'École offre aux élèves les conditions pour forger leur personnalité, exercer leur libre arbitre et faire l'apprentissage de la citoyenneté. Elle les **protège de tout prosélytisme et de toute pression** qui les empêcheraient de faire leurs propres choix.

7 La laïcité assure aux élèves l'accès à une **culture commune et partagée**.

8 La laïcité permet l'exercice de la **liberté d'expression** des élèves dans la limite du bon fonctionnement de l'École comme du respect des valeurs républicaines et du pluralisme des convictions.

9 La laïcité implique le **rejet de toutes les violences et de toutes les discriminations**, garantit l'**égalité entre les filles et les garçons** et repose sur une culture du respect et de la compréhension de l'autre.

10 Il appartient à tous les personnels de transmettre aux élèves le sens et la valeur de la laïcité, ainsi que des autres principes fondamentaux de la République. Ils veillent à leur application dans le cadre scolaire. Il leur revient de porter la présente charte à la connaissance des parents d'élèves.

11 Les personnels ont un **devoir de stricte neutralité** : ils ne doivent pas manifester leurs convictions politiques ou religieuses dans l'exercice de leurs fonctions.

●●● L'ÉCOLE EST LAÏQUE ●●●

12 Les enseignements sont **laïques**. Afin de garantir aux élèves l'ouverture la plus objective possible à la diversité des visions du monde ainsi qu'à l'étendue et à la précision des savoirs, **aucun sujet n'est a priori exclu du questionnement scientifique et pédagogique**. Aucun élève ne peut invoquer une conviction religieuse ou politique pour contester à un enseignant le droit de traiter une question au programme.

13 Nul ne peut se prévaloir de son appartenance religieuse pour refuser de se conformer aux règles applicables dans l'École de la République.

14 Dans les établissements scolaires publics, les règles de vie des différents espaces, précisées dans le règlement intérieur, sont respectueuses de la laïcité. **Le port de signes ou tenues par lesquels les élèves manifestent ostensiblement une appartenance religieuse est interdit**.

15 Par leurs réflexions et leurs activités, **les élèves contribuent à faire vivre la laïcité** au sein de leur établissement.



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

Liberté
Égalité
Fraternité

LIBERTÉ • ÉGALITÉ • FRATERNITÉ



HYMNE NATIONAL

La Marseillaise

composée par Rouget de Lisle en 1792



— **couplet 1** —

Allons enfants de la Patrie,
Le jour de gloire est arrivé !
Contre nous de la tyrannie,
L'étendard sanglant est levé, (bis)
Entendez-vous dans les campagnes
Mugir ces féroces soldats ?
Ils viennent jusque dans vos bras
Égorger vos fils, vos compagnes !

REFRAIN

— **couplet 2** —

Que veut cette horde d'esclaves,
De traîtres, de rois conjurés ?
Pour qui ces ignobles entraves,
Ces fers dès longtemps préparés ? (bis)
Français, pour nous, ah ! quel outrage
Quels transports il doit exciter !
C'est nous qu'on ose méditer
De rendre à l'antique esclavage !

REFRAIN

— **couplet 3** —

Quoi ! des cohortes étrangères
Feraient la loi dans nos foyers !
Quoi ! ces phalanges mercenaires
Terrasseraient nos fiers guerriers ! (bis)
Grand Dieu ! par des mains enchaînées
Nos fronts sous le joug se ploieraient
De vils despotes deviendraient
Les maîtres de nos destinées !

REFRAIN

— **REFRAIN** —

Aux armes, citoyens,
Formez vos bataillons,
Marchons, marchons !
Qu'un sang impur
Abreuve nos sillons !

— **couplet 4** —

Tremblez, tyrans et vous perfides
L'opprobre de tous les partis,
Tremblez ! vos projets parricides
Vont enfin recevoir leurs prix ! (bis)
Tout est soldat pour vous combattre,
S'ils tombent, nos jeunes héros,
La terre en produit de nouveaux,
Contre vous tout prêts à se battre !

REFRAIN

— **couplet 5** —

Français, en guerriers magnanimes,
Portez ou retenez vos coups !
Épargnez ces tristes victimes,
À regret s'armant contre nous. (bis)
Mais ces despotes sanguinaires,
Mais ces complices de Bouillé,
Tous ces tigres qui, sans pitié,
Déchirent le sein de leur mère !

REFRAIN

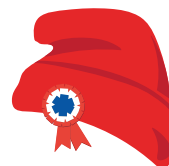
— **couplet 6** —

Amour sacré de la Patrie,
Conduis, soutiens nos bras vengeurs
Liberté, Liberté chérie,
Combats avec tes défenseurs ! (bis)
Sous nos drapeaux que la victoire
Accoure à tes mâles accents,
Que tes ennemis expirants
Voient ton triomphe et notre gloire !

REFRAIN

— **couplet 7** —

Nous entrerons dans la carrière
Quand nos aînés n'y seront plus,
Nous y trouverons leur poussière,
Et la trace de leurs vertus, (bis)
Bien moins jaloux de leur survivre,
Que de partager leur cercueil,
Nous aurons le sublime orgueil,
De les venger ou de les suivre.



CHARTRE DE L'APPRENTISSAGE

La charte de l'apprentissage formalise les engagements et les responsabilités des principaux acteurs de la formation suivie par l'apprenti, à savoir :

- l'apprenti
- l'entreprise en tant qu'employeur
- le maître d'apprentissage
- les parents ou le représentant légal si l'apprenti est mineur
- le centre de formation et son référent pédagogique

1. Les engagements de l'employeur

VIS-À-VIS DE L'APPRENTI

- S'assurer, lors du recrutement du candidat, de l'adéquation du poste proposé en entreprise avec la formation visée et le projet professionnel de l'apprenti
- Respecter les dispositions légales du contrat d'apprentissage notamment en matière de rémunération, temps de travail, congés pour révision des examens...
- Mettre à disposition les moyens et outils techniques et métiers nécessaires à son apprentissage et au développement de ses compétences
- Faire participer l'apprenti aux épreuves du diplôme ou du titre sanctionnant la qualification professionnelle prévue par le contrat

VIS-À-VIS DU MAÎTRE D'APPRENTISSAGE

- Désigner un maître d'apprentissage et présenter les garanties de compétences dans le respect de la réglementation en vigueur
- Faciliter l'accompagnement de l'apprenti par le maître d'apprentissage
- Informer et former le maître d'apprentissage pour lui permettre d'assurer le suivi de l'apprenti
- S'assurer de la disponibilité du maître d'apprentissage pendant les périodes de présence en entreprise de l'apprenti
- Donner au maître d'apprentissage, la disponibilité nécessaire pour :
 - > Participer aux réunions organisées par l'école
 - > Assurer la liaison avec l'école en utilisant systématiquement le livret d'apprentissage et en portant à la connaissance du référent pédagogique de l'école tout incident éventuel ou difficultés

VIS-À-VIS DE L'ÉCOLE

- Référencer les missions et activités en entreprise de l'apprenti dans la fiche des missions transmise par l'école avant ou au démarrage de la formation
- Respecter le planning d'alternance établi par l'école
- Prévenir l'école en cas de difficultés avec l'apprenti, d'absence de l'apprenti en entreprise, d'un changement du maître d'apprentissage ou dans le cas d'une rupture de contrat

2. Les engagements du maître d'apprentissage

VIS-À-VIS DE L'APPRENTI

- Confier à l'apprenti des tâches et activités définies dans la fiche ou lettre de mission de l'apprenti
- Accueillir l'apprenti et faciliter son intégration : présentation de l'entreprise et du règlement intérieur de l'entreprise complété par les consignes de sécurité
- Consacrer un temps suffisant, au démarrage de chaque période de formation en entreprise, à expliquer à l'alternant le contenu de la période de formation en entreprise à venir
- Contribuer au suivi et à l'évaluation de la progression de l'apprenti en complétant le livret d'apprentissage mis à disposition par l'école
- Veiller à ce que la montée en compétences soit cohérente avec les attendus de la formation suivie
- Réaliser le bilan de fin de période avec l'apprenti et le référent pédagogique de l'école
- Garantir la sécurité de l'apprenti :
 - > en assurant la mise en œuvre des moyens de prévention et de sécurité
 - > en exigeant de l'apprenti le respect des consignes de sécurité
- Présenter le déroulement de la formation suivie par l'apprenti en entreprise

VIS-À-VIS DE L'ÉCOLE

- Assister aux réunions organisées par l'école
- Utiliser le livret d'apprentissage mis à disposition par l'école
- Se rendre disponible pour la réalisation des visites en entreprise programmées par l'école
- Prévenir l'école en cas d'absence ou de difficulté avec l'apprenti
- Prévenir l'école en cas de rupture de contrat
- Répondre à l'enquête annuelle envoyée par l'école

3. Les engagements de l'école

VIS-À-VIS DE L'ENTREPRISE

- Vérifier la bonne adéquation entre les activités et missions confiées à l'apprenti, le descriptif du poste et le contenu pédagogique du diplôme préparé
- Vérifier que l'entreprise possède les équipements et le matériel nécessaires au bon déroulement de la formation de l'apprenti
- Diffuser à l'entreprise tous les outils lui permettant d'assurer le suivi de l'apprenti
- Assurer le suivi régulier de l'apprenti en centre de formation et en entreprise avec la désignation d'un référent pédagogique de l'école et la mise en place d'échanges réguliers, avec le maître d'apprentissage et l'employeur
- Réaliser les visites en entreprise prévues et la formalisation du compte-rendu de visite

VIS-À-VIS DU MAÎTRE D'APPRENTISSAGE

- Organiser des rencontres et échanges avec les maîtres d'apprentissage permettant de présenter l'école, le contenu de la formation, le calendrier de l'alternance, les modalités d'apprentissage entre l'apprenti, l'entreprise et l'école
- Planifier les visites en entreprise
- Informer du calendrier de réalisation des visites en entreprise
- S'assurer que le livret d'apprentissage est régulièrement rempli et utilisé

VIS-À-VIS DE L'APPRENTI

- Faire respecter les exigences du règlement intérieur
- Positionner l'apprenti par rapport aux exigences de la certification
- Assurer à l'apprenti un enseignement général, technique, théorique et pratique
- Désigner un référent pédagogique qui assure le suivi de l'apprenti à l'école et en entreprise
- Mettre à disposition de l'apprenti, les équipements pédagogiques nécessaires au bon déroulement de la formation en alternance
- Évaluer les acquis de la formation de l'apprenti au sein du centre de formation
- Garantir la sécurité de l'apprenti en centre de formation
- Informer des aides et dispositifs dont l'apprenti peut bénéficier durant sa formation : Movil'App, aide au financement du permis de conduire, aides aux apprentis, CVEC...
- Délivrer une carte portant la mention «Etudiant des métiers» (Art. L6222-36-1)
- Proposer un accompagnement social, éducatif, à l'exercice de la citoyenneté et à la poursuite d'études
- Organiser des échanges et points réguliers entre le jeune et le référent pédagogique de l'école permettant d'assurer l'articulation des apprentissages en entreprise et en centre de formation
- Personnaliser le parcours de l'apprenti en liaison avec le jeune et le maître d'apprentissage en fonction des résultats des procédures de positionnement
- Informer de la réglementation applicable aux apprentis : droits et devoirs des apprentis et des salariés et règles applicables en matière de santé et de sécurité en milieu professionnel
- Favoriser les actions visant à prévenir toute forme de discrimination, sensibilisation à l'égalité professionnelle et à la prévention du harcèlement sexuel
- Transmettre annuellement une enquête à l'apprenti, au parent ou son représentant légal si l'apprenti est mineur et au maître d'apprentissage pour recueillir son appréciation de la formation et de la relation avec l'école

LES ENGAGEMENTS DU RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE DE L'ÉCOLE

- Être le point de contact de l'entreprise et du maître d'apprentissage
- Accompagner et suivre l'apprenti tout au long de sa formation en partenariat étroite avec le MA dans un processus de co-formation
- Participer à la définition et au suivi des objectifs et aux missions de l'apprenti en entreprise
- S'assurer que le livret d'apprentissage circule entre l'apprenti et l'entreprise et qu'il est régulièrement rempli et utilisé
- Organiser des échanges et points réguliers avec l'apprenti et l'entreprise permettant d'assurer l'articulation des apprentissages en entreprise et en centre de formation
- Alerter l'école si des difficultés ou un risque de rupture de contrat est envisagé
- Si le référent pédagogique de l'école n'est pas chargé des visites en entreprise, il s'assure de la réalisation de ces visites et de la formalisation du compte-rendu

4. Les engagements de l'apprenti

EN TANT QUE SALARIÉ EN FORMATION

- Suivre avec assiduité et ponctualité les enseignements et les activités de formation mis en place par l'école et par l'entreprise dans le respect des plannings de formation
- Assurer les missions/activités confiées par son employeur pendant la durée du contrat d'apprentissage
- Travailler durant la période en entreprise dans le respect des consignes définies par l'employeur et le maître d'apprentissage

- S'assurer auprès du maître d'apprentissage que son livret d'apprentissage est rempli et visé régulièrement par le maître d'apprentissage
- Développer les efforts nécessaires à sa réussite, être acteur de sa formation dans le but de développer les compétences professionnelles indispensables pour exercer le métier visé
- Respecter le règlement intérieur de l'entreprise dont il est salarié et le règlement intérieur de l'école
- Prévenir l'entreprise et l'école au plus tôt en cas d'absences et fournir un arrêt de travail ou une convocation officielle (conformément au Code du Travail)
- Avoir une tenue vestimentaire correcte adaptée au contexte professionnel de la formation et de l'entreprise
- Participer aux évaluations et aux examens prévus dans le cadre de sa formation
- Répondre à l'enquête annuelle envoyée par l'école
- Saisir le médiateur de l'apprentissage en cas de difficulté ou problème avec son employeur
- Prévenir l'école en cas de rupture de contrat ou de changement de maître d'apprentissage

5. Les engagements du parent ou du responsable légal de l'apprenti

- Veiller à l'assiduité de l'alternant en entreprise et à l'école
- Justifier les absences de son enfant conformément aux règles définies par le droit du travail : fournir un arrêt de travail ou une convocation officielle
- Veiller au respect d'une tenue vestimentaire correcte.
- Répondre à l'enquête annuelle envoyée par l'école si l'apprenti est mineur

LA DÉCLARATION DES DROITS DE L'HOMME ET DU CITOYEN

Inspirée de la déclaration de l'indépendance américaine de 1776 et de l'esprit des Lumières, la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 marquait le début d'une ère politique nouvelle. Elle n'a cessé dès lors d'être une référence. La Ve République a explicité son attachement à elle en la citant dans le préambule de sa constitution, et le Conseil constitutionnel a reconnu en 1971 sa valeur constitutionnelle.

L'histoire

La Déclaration des droits de l'homme et du citoyen est née à l'été 1789, du projet de l'Assemblée constituante, formée par la réunion des États Généraux, de rédiger une nouvelle Constitution, et de la faire précéder d'une déclaration de principes.

Les propositions affluent. L'Assemblée constituante charge cinq députés, Dêmeunier, La Luzerne, Tronchet, Mirabeau et Redon, d'examiner les différents projets de déclaration, de les fondre en un seul et de le présenter à l'Assemblée. Article par article, la déclaration française est votée du 20 au 26 août 1789.

À travers son préambule et ses dix-sept articles, elle définit des droits « naturels et imprescriptibles » que sont la liberté, la propriété, la sûreté, la résistance à l'oppression, elle reconnaît l'égalité devant la loi et la justice, et elle affirme le principe de la séparation des pouvoirs.

Ratifiée seulement le 5 octobre par Louis XVI sous la pression de l'Assemblée et du peuple accouru à Versailles, elle sert de préambule à la première Constitution de la Révolution Française de 1791. Bien que le texte ait été bafoué par la suite par nombre de révolutionnaires, et qu'il ait été suivie deux autres déclarations des droits de l'homme en 1793 et 1795, c'est le texte du 26 août 1789 qui s'est imposé à la postérité, c'est lui qui a inspiré des textes similaires dans de nombreux pays d'Europe et d'Amérique latine tout au long du XIXe siècle, et c'est sur lui que s'appuient les constitutions françaises de 1852, 1946 et 1958.

La Déclaration universelle des droits de l'homme, signée à Paris le 10 décembre 1948, tout comme la Convention européenne des droits de l'homme, née à Rome le 4 novembre 1950, revendiquent le même héritage.

Le texte

Les représentants du peuple français, constitués en Assemblée nationale, considérant que l'ignorance, l'oubli ou le mépris des droits de l'homme sont les seules causes des malheurs publics et de la corruption des gouvernements, ont résolu d'exposer, dans une déclaration solennelle, les droits naturels, inaliénables et sacrés de l'homme, afin que cette déclaration, constamment présente à tous les membres du corps social, leur rappelle sans cesse leurs droits et leurs devoirs ; afin que les actes du pouvoir législatif et ceux du pouvoir exécutif, pouvant être à chaque instant comparés avec le but de toute institution politique, en soient plus respectés ; afin que les réclamations des citoyens, fondées désormais sur des principes simples et incontestables, tournent toujours au

maintien de la Constitution et au bonheur de tous.

En conséquence, l'Assemblée nationale reconnaît et déclare, en présence et sous les auspices de l'Être Suprême, les droits suivants de l'homme et du citoyen.

Article 1.

Les hommes naissent et demeurent libres et égaux en droits. Les distinctions sociales ne peuvent être fondées que sur l'utilité commune.

Article 2.

Le but de toute association politique est la conservation des droits naturels et imprescriptibles de l'homme. Ces droits sont la liberté, la propriété, la sûreté et la résistance à l'oppression.

Article 3.

Le principe de toute souveraineté réside essentiellement dans la Nation. Nul corps, nul individu ne peut exercer d'autorité qui n'en émane expressément.

Article 4.

La liberté consiste à pouvoir faire tout ce qui ne nuit pas à autrui : ainsi, l'exercice des droits naturels de chaque homme n'a de bornes que celles qui assurent aux autres membres de la société la jouissance de ces mêmes droits. Ces bornes ne peuvent être déterminées que par la loi.

Article 5.

La loi n'a le droit de défendre que les actions nuisibles à la société. Tout ce qui n'est pas défendu par la loi ne peut être empêché, et nul ne peut être contraint à faire ce qu'elle n'ordonne pas.

Article 6.

La loi est l'expression de la volonté générale. Tous les citoyens ont droit de concourir personnellement ou par leurs représentants à sa formation. Elle doit être la même pour tous, soit qu'elle protège, soit qu'elle punisse. Tous les citoyens, étant égaux à ses yeux, sont également admissibles à toutes dignités, places et emplois publics, selon leur capacité et sans autre distinction que celle de leurs vertus et de leurs talents.

Article 7.

Nul homme ne peut être accusé, arrêté ou détenu que dans les cas déterminés par la loi et selon les formes qu'elle a prescrites. Ceux qui sollicitent, expédient, exécutent ou font exécuter des ordres arbitraires doivent être punis ; mais tout citoyen appelé ou saisi en vertu de la loi doit obéir à l'instant ; il se rend coupable par la résistance.

Article 8.

La loi ne doit établir que des peines strictement et évidemment nécessaires, et nul ne peut être puni qu'en vertu d'une loi établie et promulguée antérieurement au délit, et légalement appliquée.

Article 9.

Tout homme étant présumé innocent jusqu'à ce qu'il ait été déclaré coupable, s'il est jugé indispensable de l'arrêter, toute rigueur qui ne serait pas nécessaire pour s'assurer de sa personne doit être sévèrement réprimée par la loi.

Article 10.

Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la loi.

Article 11.

La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi.

Article 12.

La garantie des droits de l'homme et du citoyen nécessite une force publique ; cette force est donc instituée pour l'avantage de tous, et non pour l'utilité particulière de ceux à qui elle est confiée.

Article 13.

Pour l'entretien de la force publique, et pour les dépenses d'administration, une contribution commune est indispensable ; elle doit être également répartie entre les citoyens, en raison de leurs facultés.

Article 14.

Les citoyens ont le droit de constater, par eux-mêmes ou par leurs représentants, la nécessité de la contribution publique, de la consentir librement, d'en suivre l'emploi, et d'en déterminer la quotité, l'assiette, le recouvrement et la durée.

Article 15.

La société a le droit de demander compte à tout agent public de son administration.

Article 16.

Toute société dans laquelle la garantie des droits n'est pas assurée ni la séparation des pouvoirs déterminée, n'a point de Constitution.

Article 17.

La propriété étant un droit inviolable et sacré, nul ne peut en être privé, si ce n'est lorsque la nécessité publique, légalement constatée, l'exige évidemment, et sous la condition d'une juste et préalable indemnité.

Archives nationales (France), 30 septembre 1789, AE/II/1129, Déclaration des droits de l'homme et du citoyen

**BON PARCOURS DE
FORMATION À VOUS**