

GUIDE DE L'APPRENANT

Mastère II Directeur de Projets Image Communication



IFIC 
École de
journalisme
communication



MOT DU FONDATEUR

En choisissant notre Mastère Directeur Projet Image Communication, année 2, 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 II

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



SUIVEZ-NOUS



04 73 756

www.ific-form.com

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



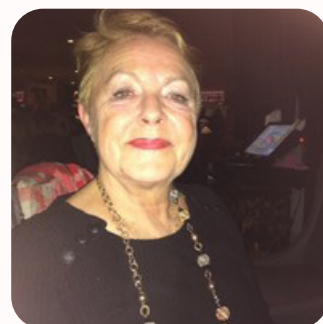
**Jean-Luc
Bourdereau**

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	phosphoriales@gmail.com
Alain Collombet	contact@propulse-business.com
Cindy Senez	contact@cultivetonsite.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 prévient selon la situation :

CENTRE HOSPITALIER

CENTRE ANTI-POISON

Service de mon entreprise

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

Lutte contre le tabagisme/Interdiction de vapoter

Article L3513-6

L'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 (0,15€/min depuis un poste fixe, Tabac Info Service)

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

Lutte contre le tabagisme/Emplacement fumeurs

Article R3512-2

L'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif mentionnée 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 (0,15€/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
42, rue François Villon 75013 Paris
centre-national-droit-du-travail.fr

Lutte contre le tabagisme/Interdiction de fumer

Article R3512-2

L'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif mentionnée 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 (0,15€/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
42, 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 II

MASTÈRE II

DIRECTEUR DE PROJETS IMAGE COMMUNICATION

Notre formation Mastère Directeur de Projets Image Communication est lié au référentiel du titre RNCP n°35593. Elle vous préparera au rôle clé dans la gestion de l'image et de la communication d'une organisation. Grâce à notre Mastère, vous coordonnerez une stratégie cohérente qui s'adresse aux parties prenantes internes et externes (clients, actionnaires, salariés, médias...). Votre expertise couvrira une large palette de compétences.

Notre formation vous prépare à ces responsabilités en vous apportant les compétences stratégiques, techniques et managériales indispensables pour évoluer dans ce métier passionnant.

Notre Mastère Directeur de Projets Image Communication 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

ANNEXES : CAHIERS DES CHARGES DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL

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 Directeur de Projet Image & Communication.

Ce programme a été élaboré en adéquation avec le référentiel de compétences requis pour un Directeur de Projets en Image et Communication. 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.

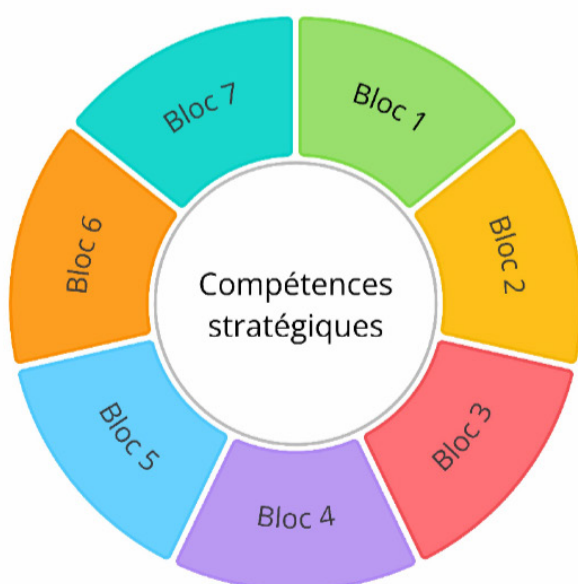
Dans un marché concurrentiel, la communication et l'image de marque sont des éléments essentiels pour faire connaître non seulement ses produits et ses services mais aussi sa différence.

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 «Direction de Projets Images et communication» 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.

Accès au référentiel de France Compétences du diplôme Mastère Direction de Projets Images & Communication > [accéder](#)

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

Chargé(e) de communication : Conception et réalisation de supports de communication visuels (affiches, brochures, vidéos, etc.) pour transmettre des messages de manière efficace auprès d'un public cible.

Directeur(trice) artistique : Dans le domaine de la publicité, de l'édition ou du digital, le directeur artistique définit la direction visuelle d'un projet ou d'une campagne de communication, en supervisant la création des éléments graphiques.

Graphiste / Designer graphique : Création d'éléments graphiques et visuels pour différents types de médias, en respectant les besoins de communication des clients ou de l'employeur.

Photographe de communication / Photographe publicitaire : Réalisation de photographies dans le but de promouvoir un produit, un service ou une marque.

Vidéaste / Réalisateur(trice) de contenus multimédias : Production de contenus vidéo destinés à la communication d'entreprise, à la publicité ou aux médias sociaux.

Community Manager : Bien que plus axé sur la communication écrite et la stratégie, ce rôle inclut aussi la gestion et la création de contenus visuels adaptés aux réseaux sociaux.

Consultant(e) en communication : Accompagnement des entreprises dans la définition de leur stratégie de communication visuelle et dans le choix des meilleurs canaux de diffusion.

Chef(fe) de projet digital : Gestion de projets web ou digitaux, incluant la dimension visuelle de la communication sur les plateformes en ligne.

UX/UI Designer : Conception et amélioration de l'expérience utilisateur et de l'interface utilisateur pour les applications et sites web, en se basant sur une communication visuelle efficace.

Expert(e) en communication de marque : Développement et gestion de l'identité visuelle d'une marque, en assurant la cohérence de la communication visuelle sur tous les supports.

Rédacteur(trice) web : Spécialisé(e) dans la rédaction de contenus pour les sites internet, ce professionnel doit également savoir intégrer des éléments visuels (photos, vidéos, infographies) pour compléter et valoriser ses articles.

Producteur(trice) de contenus numériques : Responsable de la création et de la gestion de contenus multimédias pour les sites d'information ou les blogs, en veillant à leur pertinence et à leur qualité visuelle et éditoriale.

Chef(fe) de projet éditorial web : Supervision de la production de contenus pour les plateformes numériques d'un média, incluant la planification et la coordination des activités de l'équipe éditoriale, ainsi que l'intégration d'éléments visuels.

Objectifs et contexte de la certification

Les directions de la communication sont placées au cœur des enjeux et des décisions politiques. Afin de mieux répondre à l'ensemble des besoins en communication et d'image, les services sont renforcés dans presque toutes les directions.

On est aujourd'hui très loin de l'information d'entreprise au service du seul management. (Source Stratégies 2018).

Le changement dans les modes de consommation, le besoins de partage d'informations, d'opinions et d'émotions, l'évolution des outils d'information/de communication ont donné naissance à de nouveaux modèles économiques et remis en question le référentiel métier de Directeur de Projets Image & Communication.

Si la communication traditionnelle a toujours un rôle à jouer au sein des organisations, le secteur de la communication s'est nettement développé avec le format digital, la professionnalisation de cibles bien plus averties, ses modes de consommation, ses outils d'accessibilité comme le mobile, la multiplication des messages, des canaux, des supports, la facilité d'accessibilité aux données, le partage plus étendu des informations. Une grande partie des compétences requises pour assurer cette composante essentielle du déploiement des activités de « communication » de l'entreprise reste d'actualité : être en mesure d'analyser les tendances et signaux faibles de l'environnement socio-économique et concurrentiel, de définir les lignes d'un plan d'action, de piloter un budget, de manager une équipe.

1. ACTIVITÉS VISÉES

Le métier a évolué, principalement en raison du développement numérique, digital et audiovisuel, qui n'était encore qu'une option au niveau des compétences il y a 5 ans, et qui constitue maintenant un socle permettant d'asseoir la légitimité de la Communication au sein de l'organisation. Le titre déposé, dans le cadre du renouvellement, prend ainsi en compte cette transformation par son intitulé : directeur de projets image & communication.

Cette dénomination traduit la capacité à diriger de façon cohérente des projets centrifuges qui irriguent tous les canaux de communication sur différents axes : langage/image, interne/externe, national/international, online/offline.

De ce fait, l'essentiel des activités du « dircom » consiste à définir et mettre en œuvre une partition cohérente de projets qui touchent à l'image de l'entreprise et à son mode de communication auprès des parties prenantes internes et externes à l'organisation (clients, actionnaires, gouvernance, salariés, journalistes,...) tout en intégrant la variété des modes d'expression ou de circulation du contenu informatif.

Les activités principales sont de nature stratégique, politique, technique, managériale, commerciale, communication, juridique et budgétaire, de management de projets et des hommes, de prise de risque dans le cas d'une création d'entreprise.

7 activités caractérisent la fonction :

- 1 : Elaborer une stratégie d'image et de communication
- 2 : Piloter le déploiement de la stratégie d'image et de communication
- 3 : Concevoir, organiser et optimiser sa stratégie digitale
- 4 : Manager des professionnels de la communication
- 5 : Prendre la parole au nom de l'entreprise
- 6 : Développer une communication interne efficace
- 7 : Piloter un budget de communication

La fonction de « directeur de projets image & communication » est directement rattachée à la Direction de l'entreprise, parfois avec une mission cumulée en marketing ou RH., d'un niveau hiérarchique supérieur aux chargé(e)s de communication, event manager, responsable presse, relations publiques, community manager, web marketer, infographistes...

Le/la titulaire peut aussi créer son agence ou être auto-entrepreneur/euse. Son acte de création en fait un/e entrepreneur/euse, preneur/euse de risques.

2. RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CERTIFICAT 1 : ÉLABORER UNE STRATEGIE D'IMAGE ET DE COMMUNICATION

Objectifs de compétences :

C.1.1. Consulter régulièrement des sources pertinentes et variées afin d'identifier des tendances et des évolutions liées au secteur d'activité.

C.1.2. Identifier les « influents » (en sélectionnant médias, analystes, prescripteurs...) afin d'avoir connaissance des acteurs du marché.

C.1.3. Avoir une vision systémique des enjeux pour s'approprier la stratégie globale et de l'entreprise en étant en constante relation avec la gouvernance.

C.1.4. Mettre en place une politique RSE à partir d'une veille, de techniques et pratiques du secteur, pour construire une stratégie durable.

C.1.5. Réaliser un diagnostic « Image et Communication » de l'entreprise, à partir d'un benchmark, pour identifier la problématique de communication.

C.1.6. Formaliser les axes stratégiques d'image, au regard du positionnement de l'entreprise, pour bâtir une politique de com.

C.1.7. Argumenter la stratégie et le budget établis, en prévoyant le ROI, pour recueillir l'adhésion de la Direction générale.

CERTIFICAT 2 : PILOTER LE DEPLOIEMENT DE LA STRATEGIE D'IMAGE ET DE COMMUNICATION

Objectifs de compétences :

C.2.1. Partager avec l'équipe projet la stratégie de communication retenue afin de la mettre en œuvre, dans un objectif d'adhésion.

C.2.2. Faire émerger des propositions au regard de la stratégie d'image et communication afin d'établir un plan d'actions consolidé.

C.2.3. Définir les outils de référence (charte graphique, ligne éditoriale, process...) au regard de la politique de communication définie, pour optimiser la stratégie.

C.2.4. Assurer la conformité de l'ensemble des actions de communication afin d'être garant de la cohérence des messages dans le fond et la forme.

C.2.5. Proposer des scénarii alternatifs (actions, moyens humains, budget) en cours d'exécution du projet afin d'optimiser l'atteinte des objectifs stratégiques, en mettant en place une cellule de veille et en tenant compte des impératifs RSE.

CERTIFICAT 3 : CONCEVOIR, ORGANISER ET OPTIMISER SA STRATEGIE DIGITALE

Objectifs de compétences :

C.3.1. Analyser l'ensemble des indicateurs de performance digitale de l'entreprise afin d'identifier les forces et les faiblesses, à la suite d'une cellule de veille des techniques et pratiques.

C.3.2. Identifier des actions digitales innovantes pour optimiser l'efficacité de la communication digitale.

C.3.3. Elaborer une recommandation stratégique et conduire une politique de communication digitale et numérique, sur un axe de différenciation.

C.3.4. Identifier les ressources humaines et budgétaires nécessaires afin de mettre en œuvre la stratégie digitale et numérique pertinente.

C.3.5. Evaluer la performance des actions mises en œuvre afin de proposer, le cas échéant, des actions correctives, en ayant défini des KPI's.

CERTIFICAT 4 : MANAGER DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

Objectifs de compétences :

C.4.1. Organiser, coordonner en supervisant les missions de l'équipe pour contrôler le déploiement du projet.

C.4.2. Constituer l'équipe interne et/ou externe au regard des compétences requises et du budget disponible, pour travailler en mode projet.

C.4.3. Exprimer les besoins auprès des membres de l'équipe pour susciter des recommandations créatives et pertinentes.

C.4.4. Etablir une feuille de route pour chaque membre de l'équipe afin de permettre de piloter l'atteinte des objectifs.

C.4.5. Identifier des indicateurs pour évaluer l'efficacité du management, en déterminant un mode de travail collaboratif.

CERTIFICAT 5 : PRENDRE LA PAROLE AU NOM DE L'ENTREPRISE

Objectifs de compétences :

C.5.1. Etre en veille sur l'image de l'entreprise et de son activité afin d'identifier les situations de prises de parole, en ligne avec la culture d'entreprise.

C.5.2. Optimiser la qualité des prises de parole externes pour garantir l'image de l'entreprise, en ayant défini le format et le contenu.

C.5.3. Elaborer les moyens nécessaires (éléments de langage, plan de communication dédiés) pour gérer une situation de communication institutionnelle, sensible ou communication de crise.

C.5.4. Identifier et préparer, en leur donnant les éléments de langage, les collaborateurs représentant l'entreprise afin d'assurer une prise de parole de qualité

C.5.5. Identifier les indicateurs, en analysant les retombées presse/web/digitales, pour mesurer l'efficacité de la prise de parole

CERTIFICAT 6 : DEVELOPPER UNE COMMUNICATION INTERNE EFFICACE

Objectifs de compétences :

C.6.1. Rendre compréhensible auprès de tous la stratégie de l'entreprise afin de favoriser la conduite du changement.

C.6.2. Définir les messages et les canaux de communication en facilitant la circulation de l'information dans l'ensemble de l'entreprise, pour obtenir l'adhésion des équipes.

C.6.3. Mettre en place des indicateurs de performance, en déterminant les modes et canaux de communication, afin de mesurer l'efficacité de la communication interne.

C.6.4. Organiser un système de partage d'information, en sélectionnant des outils performants, afin d'optimiser la circularisation de l'information.

C.6.5. Superviser la mise en œuvre d'événements internes destinés à animer la vie de l'entreprise, en y associant les instances représentatives.

C.6.6. Contribuer à la politique d'accueil avec le service RH, en développant des outils d'intégration, afin de faciliter celle des collaborateurs.

C.6.7. Relayer les initiatives des collaborateurs et les événements afin de valoriser la marque, par la preuve des talents.

CERTIFICAT 7 : PILOTER UN BUDGET DE COMMUNICATION

Objectifs de compétences :

C.7.1. Etablir un budget associé au plan d'action afin de valider les objectifs avec la Direction.

C.7.2. Identifier des indicateurs clés de la performance (KPI) pour constituer des outils de pilotage, en mode projet.

C.7.3. Mettre en oeuvre des modalités de reporting afin d'analyser les résultats au cours du projet.

3. PROGRAMME

MODULES	HEURES	INTERVENANTS	CRÉDIT ECST	BLOC
Constitution du Groupe - Charte de fonctionnement	7	MA. Roquejoffre et équipe pédagogique	/	C4
Méthodologie du mémoire	84	JC Casalegno	6	C1-C7
Communication et marketing	14	A. Colombet	4	C2
Business Communication in English	21	B. Dean	3	C2
Étude de cas	21	MA. Roquejoffre	5	/
Suite Adobe	35	Lucie Broquet	7	C2
Design Thinking - Hackathon créatif	21	JC Casalegno et MA. Roquejoffre	4	/
E-learning dirigé et Paire apprenance	14	MA. Roquejoffre	4	C1-C7
Storytelling et écriture créative	14	B. Grenier	2	C2
Écriture de biographies	14	B. Grenier	2	C2
Témoins de communication	32	MA. Roquejoffre	5	C1-C7
Création de site web	11	C. Senez	3	C3
Finance	21	JL. Plazenet	4	C7
Management	2	JL. Bourdureau	2	C4
Learning Expedition	14	MA. Roquejoffre	2	C5
Module de spécialisation	7	À définir	1	/
Anglais débutant	28	L. Gerahty	2	Transverse

MODULES	HEURES	INTERVENANTS	CRÉDIT ECST	BLOC
Speak English Act	14	Julie Moriceau	2	Transverse
Mémoire en travail individuel accompagné et Paire apprenance	77	MA. Roquejoffre et JC Casalegno	2	C1-C7
Durée cours en mode synchrone	455		60	
Temps de travail personnel en mode asynchrone	150			
Durée totale	605			

* Le programme est donné à titre indicatif ; il est susceptible de subir quelques modifications

MODULE 1 : CONSTITUTION DE GROUPE – CHARTE DE GROUPE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 4 (C4.1.1 à C4.1.5)

Objectifs pédagogiques :

- Constituer une charte d'engagement collectif .
- Clarifier les rôles, objectifs, règles de coopération et modalités de décision.
- Prévoir les mécanismes de coordination, de régulation et de gestion des conflits.

Contenus :

- Finalité du projet et cartographie des compétences requises.
- Répartition des rôles, responsabilités, interfaces et niveaux d'autonomie.
- Co-construction d'une charte : engagements, règles de communication, disponibilité et qualité attendue.
- Modalités de décision, outils collaboratifs, rituels de suivi et traitement des désaccords.
- Feuille de route collective et critères d'efficacité du fonctionnement de l'équipe.

Modalités d'évaluation :

- Production collective d'une charte intégrant une analyse des risques de fonctionnement identifiés et les mesures de régulation partagées

MODULE 2 : MÉTHODOLOGIE DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 (C1.1 à C1.7), Bloc 2 (C2.1 à C2.5), Bloc 3 (C3.1 à C3.5), Bloc 4 (C4.1.1 à C4.1.5), Bloc 5 (C5.1 à C5.5), Bloc 6 (C6.1 à C6.7) et Bloc 7 (C7.1 à C7.5)

Ce module constitue la colonne vertébrale de la formation. Réparti sur l'année, il met en cohérence les enseignements, accompagne l'élaboration du dossier professionnel et prépare méthodiquement les sept épreuves certificatives.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'architecture du référentiel, les sept épreuves certificatives et les critères de validation propres à chaque bloc.
- Choisir une organisation réelle, formuler une problématique utile et construire une recommandation stratégique complète de communication.
- Maîtriser les méthodes spécifiques de veille, diagnostic, conception, déploiement, management, prise de parole, communication interne et pilotage budgétaire.
- Organiser une recherche littéraire et empirique rigoureuse, analyser les données et justifier les choix par des preuves.
- Planifier la production du dossier professionnel, constituer les livrables attendus bloc par bloc et préparer leur défense orale.
- Développer autonomie, posture de conseil, réflexivité, intégrité académique et respect des règles juridiques et éthiques.

Contenus :

- Lecture des sept blocs, des compétences, des épreuves et des grilles d'évaluation ; principe d'évaluation séparée sans compensation entre les blocs.
- Réalisation d'un diagnostic stratégique de l'entreprise et d'un diagnostic du système de communication permettant de faire émerger une problématique concrète à améliorer
- Mise en place d'une revue de littérature adaptée à la problématique
- Formalisation d'un plan de travail personnel, problématique définitive, plan détaillé, livrables intermédiaires, auto-évaluation et soutenance
- Révision de toutes les méthodologies des différents blocs de compétences

Modalités d'évaluation :

- Évaluation diagnostique : fiche d'avant-projet présentant l'organisation, la problématique, la valeur ajoutée attendue, le terrain et les premières sources.
- Évaluation formative continue : 3 livrables méthodologiques correspondant aux 3 principaux blocs et revus lors d'ateliers d'avancement.
- Dossier méthodologique individuel : protocole de recherche, outils de collecte, plan d'analyse, calendrier, livrables et précautions éthiques.
- Auto-évaluation au regard des sept grilles de compétences et présentation orale d'étape.
- Critères : cohérence de la problématique, pertinence des méthodes, qualité des sources, solidité des preuves, articulation des sept blocs et capacité réflexive.

MODULE 3 : COMMUNICATION ET MARKETING

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1 à C2.5) et Bloc 3 (C3.1 à C3.5)

Objectifs pédagogiques :

- Articuler stratégie marketing, stratégie de marque et stratégie de communication.
- Transformer les objectifs en plan d'actions cohérent, multicanal et mesurable.
- Choisir les leviers numériques adaptés aux cibles et aux parcours.

Contenus :

- Analyse du marché, segmentation, positionnement et proposition de valeur.
- Définition des cibles, objectifs, messages, tonalité et parcours.
- Construction du plan d'actions et cohérence des points de contact.
- Articulation offline, online, outbound et inbound.
- Choix des KPI, allocation des ressources et scénarios alternatifs.
- Contrôle de la cohérence stratégique des actions et contenus.

Modalités d'évaluation :

- Étude de cas individuelle : plan de communication marketing et digital argumenté.
- Critères : cohérence objectifs-cibles-messages-canaux, qualité de la justification, faisabilité et pertinence des KPI.
- Contribution aux blocs : plan d'actions consolidé pour C2 et recommandation digitale pour C3.

MODULE 4 : BUSINESS COMMUNICATION IN ENGLISH

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.1 à C2.5) et Bloc 3 (C3.3 à C3.5)

Objectifs pédagogiques :

- Présenter et défendre en anglais une stratégie et son plan de déploiement.
- Rédiger des briefs, documents de référence et recommandations numériques.
- Conduire des échanges professionnels avec une équipe ou un prestataire international.

Contenus :

- Vocabulaire de la stratégie, du projet, du digital, du budget et des indicateurs.
- Rédaction de briefs, e-mails, comptes rendus, recommandations et demandes de rectification.
- Présentation d'objectifs, cibles, messages, actions, ressources et calendrier.
- Animation d'une réunion de lancement et coordination d'une équipe internationale.
- Présentation de résultats, traitement des objections et négociation d'ajustements.

Modalités d'évaluation :

- Simulation collective d'une réunion de lancement en anglais.
- Remise individuelle d'un brief ou d'une recommandation digitale en anglais.
- Critères : intelligibilité, précision du vocabulaire, structuration, interaction et qualité professionnelle du document.

MODULE 5 : VIDÉO APPLIQUÉE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 5 (C5.1 à C5.5)

Objectifs pédagogiques :

- Diagnostiquer une situation nécessitant une prise de parole institutionnelle, sensible ou de crise.
- Choisir les porte-paroles, formats, messages et canaux adaptés aux parties prenantes.
- Planifier la prise de parole et en mesurer l'efficacité.

Contenus :

- Veille d'image, analyse du contexte, des risques et des parties prenantes.
- Typologie des prises de parole : corporate, institutionnelle, événementielle, sensible et crise.
- Choix du porte-parole et préparation de l'employee advocacy.
- Éléments de langage, messages clés, questions-réponses et media training.
- Planification des prises de parole et coordination des canaux.
- Veille des retombées, indicateurs presse, web, digital et social.

Modalités d'évaluation :

- Étude de cas suivie d'une simulation orale de prise de parole.
- Dossier comportant la matrice qui-quoi-quand-pourquoi-comment-où, les éléments de langage et les indicateurs.
- Critères : analyse de la situation, cohérence des choix, clarté, maîtrise des risques et pertinence de la mesure.

MODULE 6 : SUITE ADOBE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.3 et C2.4)

Objectifs pédagogiques :

- Produire des supports conformes à une charte graphique et à une ligne éditoriale.
- Décliner une identité visuelle dans différents formats imprimés et numériques.
- Contrôler la qualité technique, la cohérence et la conformité des livrables.

Contenus :

- Chaîne graphique, formats, colorimétrie, résolution et préparation des fichiers.
- Retouche et traitement d'images ; création vectorielle et principes de mise en page.
- Gabarits, règles d'utilisation du logo, typographies, couleurs et iconographie.
- Déclinaisons print, web, réseaux sociaux et supports de présentation.
- Gestion des versions, nomenclature, validation, contrôle qualité et archivage.
- Droits d'auteur, droits d'image, licences et accessibilité des productions.

Modalités d'évaluation :

- Production individuelle d'un ensemble cohérent de livrables et de leurs fichiers sources.
- Rédaction d'une fiche de contrôle et de règles d'utilisation.
- Contribution au bloc : outils de référence et preuves de conformité attendus dans l'épreuve C2.

MODULE 7 : DESIGN THINKING – HACKATHON CRÉATIF – PROJET

Correspondance bloc de compétences : Bloc 3 (C3.1 à C3.5.)

Objectifs pédagogiques :

- Mettre en pratique les techniques du Design Thinking et de la Facilitation
- Travailler autour d'un challenge collectif de communication proposé par un ou des clients
- Faire le lien avec la compétence C3 qui demande d'associer les collaborateurs de l'entreprise à la recherche de solutions créatrices des problèmes de communication

Contenus :

- Découverte des 10 séquences de la méthode Phosphoriales et des techniques associées
- Brise Glace : Constituer des équipes solidaires
- Inspiration : Rechercher des idées d'innovation
- Empathie : Analyser les besoins des clients ou utilisateurs concernés
- Définition : Stabiliser les objectifs à atteindre
- Idéation : Développer ses capacités d'invention
- Prototypage : Donner une première forme concrète
- Tester : Vérifier le degré d'intérêt de l'Innovation
- Structurer : Formaliser un plan d'actions en mode projet
- Communication : Savoir vendre et défendre le projet

Modalités d'évaluation :

- Formalisation d'une note d'opportunité associée à une présentation orale

MODULE 8 : E-LEARNING DIRIGÉ ET PAIR-APPRENTISSAGE

Correspondance bloc de compétences : C1 à C6 – Module transversal de consolidation

Objectifs pédagogiques :

- Développer l'autonomie dans l'acquisition de compétences ciblées.
- Sélectionner des ressources fiables et transférer les apprentissages au dossier professionnel.
- Apprendre par l'échange de pratiques, le feedback et la production de ressources communes.

Contenus :

- Auto-positionnement et formulation d'objectifs individuels liés aux blocs.
- Recherche, qualification et organisation de ressources numériques.
- Constitution de binômes ou groupes d'apprentissage et contrat de coopération.
- Présentation mutuelle des apprentissages

Modalités d'évaluation :

- Portfolio individuel reliant les apprentissages aux compétences C1 à C6.
- Ressource pédagogique produite pour les pairs et évaluation croisée.
- Critères : autonomie, fiabilité des sources, utilité de la production, coopération et capacité de transfert.

MODULE 9 : STORYTELLING ET ÉCRITURE CRÉATIVE

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.2 à C2.4)

Objectifs pédagogiques :

- Transformer une stratégie en concept narratif cohérent et mobilisateur.
- Définir une tonalité et des règles éditoriales adaptées à l'identité de l'organisation.
- Décliner un récit sur plusieurs supports en garantissant la cohérence des messages.

Contenus :

- Intention, cible, promesse, angle, preuve et tonalité.
- Structures narratives, tension, personnages, progression et résolution.
- Rhétorique, clarté, émotion et limites éthiques de la mise en récit.
- Écriture d'un concept, d'une accroche, d'un manifeste et d'un synopsis.
- Déclinaison multicanale et adaptation aux formats courts et longs.
- Feedback éditorial, contrôle de cohérence et réécriture.

Modalités d'évaluation :

- Production individuelle ou collectif d'un récit de campagne décliné en deux formats.
- Note d'intention explicitant le lien avec la stratégie et la ligne éditoriale.

MODULE 10 : ÉCRITURE DE BIOGRAPHIES

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.2 à C2.4)

Objectifs pédagogiques :

- Identifier les éléments historiques qui structurent l'image et l'identité d'une organisation.
- Conduire un entretien biographique et vérifier les informations recueillies.
- Construire un récit fidèle, cohérent et exploitable dans la communication.

Contenus :

- Fonctions de l'histoire et du récit fondateur dans la communication.
- Recherche documentaire, chronologie, archives et sélection des moments structurants.
- Préparation et conduite de l'entretien biographique.
- Organisation des matériaux, choix de l'angle et construction narrative.
- Fact-checking, droit de citation, consentement et validation.
- Adaptation du récit aux supports institutionnels, éditoriaux et numériques.

Modalités d'évaluation :

- Production individuelle ou en tandem d'une biographie courte ou d'un récit fondateur.
- Dossier de sources et note justifiant les choix éditoriaux.

MODULE 11 : TÉMOINS DE COMMUNICATION

Correspondance bloc de compétences : C1 à C7 – Module transversal de veille et de professionnalisation.

Objectifs pédagogiques :

- Confronter le référentiel aux pratiques actuelles des professionnels.
- Identifier les tendances, outils, acteurs influents, contraintes et arbitrages des métiers.
- Capitaliser les retours d'expérience au service du dossier professionnel.

Contenus :

- Préparation des rencontres : recherche, hypothèses et guide de questions.
- Évolutions du secteur, modèles économiques, technologies, pratiques et responsabilités.
- Retours d'expérience sur stratégie, digital, management, prise de parole, communication interne et budget.
- Analyse des arbitrages entre objectifs, créativité, délais, ressources, conformité et performance.
- Repérage des pratiques transférables, limites, controverses et signaux faibles.
- Capitalisation sous forme de fiches de veille reliées aux sept blocs.

Modalités d'évaluation :

- Dossier individuel de veille comportant plusieurs fiches d'analyse et une synthèse transversale.
- Présentation orale d'un enseignement professionnel majeur et de son application au projet.
- Critères : préparation, profondeur du questionnement, recul critique, mise en relation avec les blocs et valeur de transfert.

MODULE 12 : CRÉATION DE SITE WEB

Correspondance bloc de compétences : Bloc 2 (C2.3 et C2.4) et Bloc 3 (C3.2, C3.3, C3.5)

Objectifs pédagogiques :

- Traduire la stratégie en architecture, contenus et expérience web cohérents.
- Créer et publier un site simple conforme à l'identité et aux objectifs.
- Contrôler ergonomie, accessibilité, conformité et performance.

Contenus :

- Objectifs, cibles, fonctionnalités, cahier des charges et critères de réussite.
- Arborescence, parcours utilisateur, wireframe et hiérarchie des contenus.
- Création avec un système de gestion de contenu ou un outil sans code.
- Responsive design, référencement naturel, performance et accessibilité.
- Mentions obligatoires, cookies, consentement, RGPD et droits sur les contenus.
- Recette, publication, indicateurs et plan de maintenance.

Modalités d'évaluation :

- Réalisation individuelle ou en binôme d'un site fonctionnel et d'une fiche de recette.
- Critères : réponse au brief, cohérence éditoriale et graphique, qualité du parcours, conformité et fonctionnement.
- Contribution aux blocs : livrable conforme pour C2 et démonstrateur digital mesurable pour C3.

MODULE 13 : FINANCE – PILOTAGE DU BUDGET DE COMMUNICATION

Correspondance bloc de compétences : Bloc 7 (C7.1 à C7.5)

Objectifs pédagogiques :

- Établir un budget associé au plan d'actions et le défendre auprès de la Direction.
- Construire des indicateurs et outils de suivi budgétaire.
- Analyser les écarts, anticiper les risques et proposer des actions correctives.

Contenus :

- Principes financiers utiles au directeur de projets image et communication.
- Typologie des coûts : achats, production, diffusion, outils, prestataires, honoraires et aléas.
- Hypothèses, devis, ventilation des postes et construction du budget prévisionnel.
- KPI, tableau de bord, engagé, réalisé, reste à faire et atterrissage.
- Modalités de reporting et comparaison entre prévisionnel et réel.
- Analyse des écarts, scénarios correctifs, bilan et présentation à la Direction.

Modalités d'évaluation :

- Cas individuel : budget détaillé associé à un plan de communication, tableau de suivi et bilan commenté.
- Soutenance courte défendant les hypothèses et les actions correctives.
- Critères : exhaustivité, cohérence avec les objectifs, fiabilité des calculs, qualité des indicateurs et pertinence des arbitrages.

MODULE 14 : MANAGEMENT

Correspondance bloc de compétences : Bloc 4 (C4.1.1 à C4.1.5)

Objectifs pédagogiques :

- Organiser les missions et mobiliser une équipe interne et externe.
- Formuler les besoins et objectifs permettant des recommandations créatives pertinentes.
- Piloter l'activité, donner du feedback et réguler les difficultés.

Contenus :

- Rôle du manager : cadre, sens, objectifs, autonomie et responsabilité.
- Constitution d'équipe, complémentarité des compétences et recours aux prestataires.
- Brief, délégation, feuilles de route et critères de réussite.
- Rituels de coordination, circulation de l'information et outils collaboratifs.
- Suivi des résultats, feedback, reconnaissance et réajustement.
- Prévention et traitement des conflits ; évaluation de l'efficacité managériale.

Modalités d'évaluation :

- Mise en situation : animation d'une séquence de coordination confrontée à un écart ou un conflit.
- Note individuelle de dimensionnement et de pilotage d'une équipe projet.
- Critères : clarté des objectifs, cohérence des moyens, qualité de l'animation, prise de décision et pertinence du réajustement.

MODULE 15 : LEARNING EXPEDITION

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 à Bloc 6

Objectifs pédagogiques :

- Organiser une exploration orientée vers les tendances et évolutions de la communication.
- Interroger des professionnels à partir d'hypothèses structurées.
- Transformer les observations en enseignements et recommandations pour le projet.

Contenus :

- Définition du champ d'exploration, des hypothèses et des questions de veille.
- Cartographie des organisations, experts, outils et pratiques à observer.
- Préparation des visites et entretiens ; répartition des rôles de collecte.
- Observation, journal d'étonnement et collecte de preuves.
- Repérage des tendances, acteurs influents, innovations, controverses et signaux faibles.
- Mise en commun et traduction des enseignements pour les blocs C1 à C6.

Modalités d'évaluation :

- Rapport d'étonnement individuel et cartographie collective des enseignements.
- Présentation des implications pour la stratégie ou le déploiement du projet.
- Critères : préparation, diversité des sources, qualité d'observation, recul critique et traduction professionnelle.

MODULE 16 : MODULE DE SPÉCIALISATION – DROIT APPLIQUÉ À LA COMMUNICATION

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 à Bloc 7

Objectifs pédagogiques :

- Identifier les principaux risques juridiques d'un projet de communication.
- Sécuriser la collecte, la création, la publication et la diffusion des contenus.
- Intégrer la conformité dans les recommandations, les briefs, les contrats et les processus.

Contenus :

- Droit d'auteur, droits voisins, droit à l'image, marques et protection des créations.
- RGPD : bases légales, information, consentement, conservation et droits des personnes.
- Contrats avec agences, créateurs, influenceurs, médias, prestataires et plateformes.
- Publicité, allégations, pratiques commerciales, communication responsable et risques de blanchiment d'image.
- Relations presse, réseaux sociaux, modération, contenus générés par les utilisateurs et responsabilité éditoriale.
- Grille d'audit juridique, clauses de brief et processus de validation.

Modalités d'évaluation :

- Audit juridique individuel d'une campagne ou d'un dispositif de communication.
- Proposition de mesures correctives et d'un circuit de validation.
- Critères : identification des risques, exactitude du raisonnement, proportionnalité des mesures et intégration dans le pilotage du projet.

MODULE 17 : ANGLAIS DÉBUTANTS

Correspondance bloc de compétences : Compétence transversale mobilisable dans l'ensemble des blocs.

Objectifs pédagogiques :

- Consolider les structures et le vocabulaire indispensables aux échanges professionnels.
- Comprendre des consignes et documents simples liés à un projet de communication.
- Présenter simplement son organisation, son projet et ses activités.

Contenus :

- Positionnement initial et consolidation grammaticale ciblée.
- Vocabulaire du travail, de l'organisation, de la communication et du calendrier.
- Compréhension de briefs, messages, réunions et documents courts.
- Rédaction d'e-mails et comptes rendus simples.
- Présentation de soi, d'une organisation et d'un projet.
- Reformulation, demande de clarification et stratégies de progression autonome.

Modalités d'évaluation :

- Contrôle continu de compréhension et productions écrites courtes.
- Présentation orale individuelle d'un projet professionnel.
- Critères : compréhension, intelligibilité, correction fonctionnelle, vocabulaire et capacité à interagir.

MODULE 18 : SPEAK ENGLISH ACT

Correspondance bloc de compétences : Compétence transversale mobilisable dans l'ensemble des blocs.

Objectifs pédagogiques :

- Prendre la parole avec assurance dans une situation professionnelle.
- Présenter et défendre une recommandation en anglais.
- Répondre aux questions et objections en adaptant son discours.

Contenus :

- Intention, public, messages clés, preuves et structure du pitch.
- Voix, rythme, articulation, langage corporel et gestion du stress.
- Présentation d'un diagnostic, d'une stratégie, d'actions, de résultats ou d'un budget.
- Usage d'un support visuel clair et commentaire des données.
- Questions-réponses, objections, reformulation et improvisation.
- Jeux de rôles : Direction, agence, annonceur, partenaire et équipe projet.

Modalités d'évaluation :

- Pitch individuel en anglais suivi d'un échange avec le jury.
- Critères : structure, conviction, précision, fluidité, adaptation et qualité des réponses.
- La production peut être mobilisée comme entraînement transversal aux soutenances des blocs.

MODULE 19 : TRAVAIL SUR LE MÉMOIRE ACCOMPAGNÉ

Correspondance bloc de compétences : Bloc 1 à Bloc 7

Objectifs pédagogiques :

- Mettre en œuvre de façon autonome la méthodologie du dossier professionnel.
- Produire et consolider les preuves attendues dans chacun des sept blocs.
- Rédiger une recommandation stratégique complète, réaliste, responsable et argumentée.
- Préparer une soutenance démontrant la maîtrise des compétences.

Contenus :

- Consolidation de la problématique, du terrain, du corpus et des données.
- Réalisation du diagnostic, formulation de la stratégie et construction du plan de communication.
- Production des outils de référence, actions, canaux, contenus et scénarios alternatifs.
- Élaboration du budget, des KPI, des outils de reporting et des mesures correctives.
- Rédaction, vérification de la conformité, auto-évaluation bloc par bloc et préparation de la soutenance.
- Accompagnements individuels et revues de progression.

Modalités d'évaluation :

- Dossier professionnel individuel conforme au cahier des charges et soutenance devant un jury qualifié.
- Évaluation séparée des sept blocs ; validation d'un bloc à partir d'au moins 70 % de ses critères, sans compensation entre blocs.

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 vise 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.

Une présentation plus détaillée sera faite dès le début de la rentrée.

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 lieu 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 2026/2027	NIVEAU	JOURS	PÉRIODE	DATES	INTERVENANT	COURS
Semaine 38 du 14 septembre au 18 septembre 2026	MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN APRÈS-MIDI	14/09 MA Roquejoffre 14/09 MA Roquejoffre		Rentrée Rentrée
		MARDI	MATIN APRÈS-MIDI	15/09 JL Bourdereau 15/09 JL Bourdereau		Management Management
		MERCREDI	MATIN APRÈS-MIDI	16/09 A Dean 16/09 A Dean		Business Communication in english Business Communication in english
		JEUDI	MATIN APRÈS-MIDI	17/09 MAR 17/09 E learning		XXX XXX
		VENDREDI	MATIN APRÈS-MIDI	18/09 JC Casalegno 18/09 JC Casalegno		Cours Introduction / Référentiel de niveau Cours Introduction / Référentiel de niveau
Semaine 39 du 21 septembre au 25 septembre 2026	MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN APRÈS-MIDI	21/09 JC Casalegno 21/09 JC Casalegno		Méthodologie Mémoire Méthodologie Mémoire
		MARDI	MATIN APRÈS-MIDI	22/09 JC Casalegno 22/09 JC Casalegno		Méthodologie Mémoire Méthodologie Mémoire
		MERCREDI	MATIN APRÈS-MIDI	23/09 L Broquet 23/09 L Broquet		Adobbe Adobbe
		JEUDI	MATIN APRÈS-MIDI	24/09 L Broquet 24/09 L Broquet		Adobbe Adobbe
		VENDREDI	MATIN APRÈS-MIDI	24/09 Mémoire en travail individuel 25/09 Mémoire en travail individuel		
Semaine 43 du 19 octobre au 23 octobre 2026	MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN APRÈS-MIDI	19/10 JC Casalegno 19/10 JC Casalegno		Méthodologie Mémoire Méthodologie Mémoire
		MARDI	MATIN APRÈS-MIDI	20/10 A Colombet 20/10 A Colombet		Communication et Marketing Communication et Marketing
		MERCREDI	MATIN APRÈS-MIDI	21/10 A Colombet 21/10 A Colombet		Communication et Marketing Communication et Marketing
		JEUDI	MATIN APRÈS-MIDI	22/10 MAR 22/10 E learning		XXX XXX
		VENDREDI	MATIN APRÈS-MIDI	23/10 L Gerahty Mutualisé M1 & M2 23/10 A Dean		Anglais Débutants Business Communication in english
Semaine 48 du 23 novembre au 27 novembre 2026	MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN APRÈS-MIDI	23/11 JC Casalegno 23/11 JC Casalegno		Méthodologie Mémoire Méthodologie Mémoire
		MARDI	MATIN APRÈS-MIDI	24/11 MAR 24/11 E learning		XXX XXX
		MERCREDI	MATIN APRÈS-MIDI	25/11 JL Plazenet 25/11 JL Plazenet		Finances Finances
		JEUDI	MATIN APRÈS-MIDI	26/11 MAR 26/11 MAR		Témoins de communication Témoins de communication
		VENDREDI	MATIN APRÈS-MIDI	27/11 L Gerahty Mutualisé M1 & M2 27/11 A Dean		Anglais Débutants Business Communication in english
Semaine 51 du 14 décembre au 18 décembre 2026	MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN APRÈS-MIDI	14/12 MAR 14/12 MAR		Témoins de communication Event Témoins de communication Event
		MARDI	MATIN APRÈS-MIDI	15/12 Mémoire en travail individuel 15/12 Mémoire en travail individuel		
		MERCREDI	MATIN APRÈS-MIDI	16/12 A Dean 16/12 A Dean		Business Communication in english Business Communication in english
		JEUDI	MATIN APRÈS-MIDI	17/12 MAR 17/12 E learning		XXX XXX
		VENDREDI	MATIN APRÈS-MIDI	18/12 MAR 18/12 MAR		Journée Noel Journée Noel
Semaine 3 du 18 janvier au 22 janvier 2027	MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN APRÈS-MIDI	18/01 B Grenier Mutualisé M1 & M2 18/01 B Grenier Mutualisé M1 & M2		Story Telling, écriture créative Story Telling, écriture créative
		MARDI	MATIN APRÈS-MIDI	19/01 B Grenier Mutualisé M1 & M2 19/01 B Grenier Mutualisé M1 & M2		Story Telling, écriture créative Story Telling, écriture créative
		MERCREDI	MATIN APRÈS-MIDI	20/01 JC Casalegno 20/01 JC Casalegno		Méthodologie Mémoire Méthodologie Mémoire
		JEUDI	MATIN APRÈS-MIDI	21/01 MAR 21/01 MAR		Témoins de communication Event Témoins de communication Event
		VENDREDI	MATIN APRÈS-MIDI	22/01 L Gerahty Mutualisé M1 & M2 22/01 MAR		Anglais Débutants Témoins de communication Event

Semaine 7 du 15 février au 19 février 2027

MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN	15/02	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
		APRÈS-MIDI	15/02	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
	MARDI	MATIN	16/02	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	16/02	Mémoire en travail individuel	
MERCREDI		MATIN	17/02	JL Plazenet	Finances
		APRÈS-MIDI	17/02	JL Plazenet	Finances
JEUDI		MATIN	18/02	Intervenants	Module spécialisation
		APRÈS-MIDI	18/02	Témoins Animation par M2	Module spécialisation
VENDREDI		MATIN	19/02	L Gerahty Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
		APRÈS-MIDI	19/02	Mémoire en travail individuel	

Semaine 8 du 22 février au 26 février 2027

MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN	22/02	JC Casalegno + MAR	Hackathon créatif
		APRÈS-MIDI	22/02	JC Casalegno + MAR	Hackathon créatif
	MARDI	MATIN	23/02	JC Casalegno + MAR	Hackathon créatif
		APRÈS-MIDI	23/02	JC Casalegno + MAR	Hackathon créatif
MERCREDI		MATIN	24/02	JC Casalegno + MAR	Hackathon créatif
		APRÈS-MIDI	24/02	JC Casalegno + MAR	Hackathon créatif
JEUDI		MATIN	25/02	MAR	Learning Expédition
		APRÈS-MIDI	25/02	MAR	Learning Expédition
VENDREDI		MATIN	26/02	MAR	Learning Expédition
		APRÈS-MIDI	26/02	MAR	Learning Expédition

Semaine 12 du 22 mars au 26 mars 2027

MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN	22/03	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
		APRÈS-MIDI	22/03	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
	MARDI	MATIN	23/03	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	23/03	Mémoire en travail individuel	
MERCREDI		MATIN	24/03	JL Plazenet	Finances
		APRÈS-MIDI	24/03	JL Plazenet	Finances
JEUDI		MATIN	25/03	MAR	Témoins de communication
		APRÈS-MIDI	25/03	MAR	Témoins de communication
VENDREDI		MATIN	26/03	L Gerahty Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
		APRÈS-MIDI	26/03	C Senez	Création site web marchand

Semaine 17 du 26 avril au 30 avril 2027

MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN	26/04	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
		APRÈS-MIDI	26/04	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
	MARDI	MATIN	27/04	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	27/04	Mémoire en travail individuel	
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 Gerahty Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
		APRÈS-MIDI	30/04	C Senez	Création site web marchand

Semaine 21 du 24 mai au 28 mai 2027

MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN	24/05	J Moriceau Mutualisé M1 & M2	Speak English Act
		APRÈS-MIDI	24/05	J Moriceau Mutualisé M1 & M2	Speak English Act
	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	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
		APRÈS-MIDI	26/05	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
JEUDI		MATIN	27/05	L Broquet	Adobe
		APRÈS-MIDI	27/05	L Broquet	Adobe
VENDREDI		MATIN	28/05	L Gerahty 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 2	LUNDI	MATIN	21/06	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
		APRÈS-MIDI	21/06	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
	MARDI	MATIN	22/06	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	22/06	Mémoire en travail individuel	
MERCREDI		MATIN	23/06	L Broquet	Adobe
		APRÈS-MIDI	23/06	L Broquet	Adobe
JEUDI		MATIN	24/06	L Broquet	Adobe
		APRÈS-MIDI	24/06	L Broquet	Adobe
VENDREDI		MATIN	25/06	L Gerahty Mutualisé M1 & M2	Anglais Débutants
		APRÈS-MIDI	25/06	XXX	XXX

Semaine 27 du 5 juillet au 9 juillet 2027

MASTÈRE 2	LUNDI	MATIN	05/07	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
		APRÈS-MIDI	05/07	JC Casalegno	Méthodologie Mémoire
	MARDI	MATIN	06/07	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	06/07	Mémoire en travail individuel	
MERCREDI		MATIN	07/07	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	07/07	Mémoire en travail individuel	
JEUDI		MATIN	08/07	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	08/07	Mémoire en travail individuel	
VENDREDI		MATIN	09/07	Mémoire en travail individuel	
		APRÈS-MIDI	09/07	Mémoire en travail individuel	

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.

ANNEXES

CAHIER DES CHARGES DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL

(sous réserve de changement)

**Épreuves certificatives de niveau 7
« Directeur de Projets Image & Communication »**

**CYCLE MASTERE COMMUNICATION 2
ANNÉE 2026-2027**

1. CADRE DE L'EXERCICE

Le dossier professionnel

Le dossier professionnel est un exercice qui permet d'évaluer vos compétences dans les 7 blocs du référentiel de votre Titre à travers 7 épreuves certificatives. Chaque bloc de compétences du référentiel est caractérisé par une épreuve spécifique, avec ses critères de validation. Le dossier professionnel propose un livrable qui réunit tous ces critères, évalués bloc par bloc. Chaque bloc s'évalue séparément et il n'y a pas de compensation entre les blocs. Pour valider un bloc, il convient de valider au moins 70% des critères du bloc.

Le dossier professionnel a pour vocation de démontrer l'ensemble de vos compétences acquises pendant 2 ans grâce à l'élaboration d'une recommandation stratégique complète de communication, appliquée à une action, un produit ou un projet porté par une entreprise, une structure, une collectivité ou une association.

L'étudiant devra donc proposer une recommandation stratégique intégrant

- une présentation du marché
- une présentation de l'entreprise (concurrences, valeurs, engagement, communication existante...)
- une présentation de l'action, du produit ou du projet,
- un diagnostic communicationnel (benchmark, SWOT, état des lieux etc.),
- une stratégie de communication (positionnement, valeurs, messages, tonalité cibles, objectifs par cible)
- un plan de communication associé (actions, KPI, budget, prise en compte du risque et actions alternatives si nécessaire, etc.).

C'est une production alliant recherches littéraires et empiriques un travail de veille professionnelle, de diagnostic, de recommandations opérationnelles et de proposition de création. Il permet de faire le lien entre un ou des domaines du savoir (marketing ou communication) et la réalité professionnelle. Il doit vous permettre de rester en veille sur des problématiques innovantes dans les domaines choisis. Il s'agit de prouver votre autonomie et votre capacité à comprendre une problématique dans un contexte réel.

Pour valider cet exercice, vous devez :

- Choisir, explorer, analyser un domaine du savoir (Marketing ou communication)
- Répondre à une problématique d'entreprise qui met en relation ce ou ces domaines avec des objectifs de communication.
- L'argumenter de manière professionnelle (tests, enquête, lectures, études...)
- Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication complète, pertinente, réaliste et responsable (positionnement, messages, objectifs, cibles, etc.)
- Proposer un plan de communication détaillé et étayé (comprenant notamment des indicateurs de mesure, un planning et un budget et des actions alternatives.)
- Convaincre le jury de l'intérêt de sa mise en œuvre ou le prouver par des résultats.

Bon à savoir :

- Vous pouvez utiliser l'entreprise dans laquelle vous faites votre alternance ou une autre de votre choix.
- Tout sujet peut se traiter MAIS le sujet ne doit pas avoir été traité dans le cadre de votre alternance.
- Votre annonceur ne doit pas avoir proposé cette problématique à une agence et / ou ne doit pas avoir lancé un travail en interne visant à répondre à cette problématique : Vous devez lui être utile.
- Choisissez plutôt un domaine peu exploré par l'entreprise ou pour lequel l'entreprise est moins experte
- Vous devez apporter une VA à l'entreprise
- Mixez les problématiques d'entreprise et les domaines qui vous intéressent pour définir le « bon » sujet.

Blocs de compétences RNCP couverts :

BLOC 1 – Elaborer une stratégie d'image et de communication

BLOC 2 – Piloter le déploiement de la stratégie d'image et de communication

BLOC 3 – Concevoir et optimiser sa stratégie digitale

BLOC 4 – Manager une équipe de professionnels (internes/externes) de la communication

BLOC 5 – Prendre la parole au nom de l'entreprise

BLOC 6 – Développer une communication interne efficace

BLOC 7 – Piloter un budget de communication

Objectifs pédagogiques :

- Savoir mener une recherche et être en veille
- Prospecter pour trouver un annonceur réel – Vous avez le choix entre votre alternance et une autre opportunité
- Déployer ses capacités d'autonomie pour gérer un projet de communication complet, objectif et innovant
- Mobiliser individuellement les compétences acquises au cours des 2 années de formation
- Installer une relation « annonceur » et un climat de confiance pour convaincre efficacement.

Place de l'exercice dans la validation finale de l'année :

Chaque épreuve certificative est évaluée et comporte des crédits ECTS. Il convient de valider 70% des critères de chaque bloc. En cas d'échec en première session, le jury autorisera un rattrapage sous 6 semaines pour être en conformité avec le référentiel du bloc de compétence échoué. Cela signifie donc que l'étudiant peut devoir rattraper entre 1 à 7 blocs. Si l'étudiant ne valide pas les 7 blocs, il devra en plus de remettre un écrit, assurer une nouvelle soutenance orale.

2. LES ATTENDUS DU TRAVAIL DEMANDÉ

Le contenu

Le dossier professionnel devra comporter :

- Un diagnostic « image et communication » à partir d'un benchmark pour vous aider à identifier la problématique à traiter et les réponses à apporter
- Une stratégie de communication étayée
- Des propositions innovantes afin d'atteindre et d'optimiser les objectifs stratégiques (modalités et process de travail).
- Des outils de référence (charte graphique, ligne éditoriale, process...) au regard de la politique de communication définie pour optimiser la stratégie.
- Des actions de communication conformes à la stratégie. Vous devez prévoir des scénarios alternatifs en cours d'exécution du projet, et les budgéter
- Des canaux de communication efficaces (dont vous justifiez le choix) pour diffuser les messages, créer les contenus adaptés afin d'élaborer des recommandations stratégiques de com' accompagnées de leurs estimations budgétaires.
- L'organisation et la coordination du pilotage et du déploiement de la stratégie. Ainsi vous décrirez comment constituer l'équipe interne et/ou externe au regard des compétences requises et du budget disponible pour travailler en mode projet. Vous préciserez des modalités et le choix d'un logiciel de gestion de projet. En annexe, vous établirez une feuille de route sous forme de brief pour chaque membre de l'équipe afin de permettre de piloter l'atteinte des objectifs
- Afin de prendre la parole au nom de l'entreprise, l'identification des formats de prise de parole (Qui, quoi, quand, pourquoi, comment, où) et déterminer les éléments de mesure. Cela signifie proposer des messages, identifier les porte-paroles, les canaux, proposer un planning et des outils de mesure et justifier vos choix
- Afin de renforcer l'engagement, un plan de communication interne conçu en cohérence avec les objectifs stratégiques de l'entreprise. Pour cela vous devrez définir les messages et les canaux de communication en facilitant la circulation de l'information dans l'ensemble de l'entreprise, pour obtenir l'adhésion des équipes. Bien penser aux indicateurs de performance afin de mesurer l'efficacité de la communication interne. Organiser un système de partage d'information en sélectionnant des outils performants, afin d'optimiser la circulation de l'information
- Afin de maîtriser le budget, la définition et la présentation des éléments budgétaires et le cadre de suivi des indicateurs clés (KPI) Attention, les honoraires d'agence entrent dans le budget mais pas la rémunération des salariés travaillant sur le projet.

La forme

Le Dossier écrit doit comporter 120 000 signes avec espaces (de l'intro à la conclusion / format Word / + ou - 5%) et le nombre de fautes doit être inférieur à 40.

Possibilité de réaliser un dossier professionnel sous forme audiovisuelle (vidéo YouTube, site web dédié et animé, web-série, compte Instagram, tiktok, etc.) accompagné d'une note de synthèse écrite de 40 000 signes (+ ou - 5%). Il devra respecter de manière rigoureuse les étapes de la recherche (et donc répondre à une problématique de recherche sur un sujet communicationnel précis et restreint). Il expliquera la démarche méthodologique adoptée pour répondre à la problématique.

Cette note intégrera la stratégie proposée et le plan de communication associé.

L'outil proposé est une application / illustration concrète de ce qui est défendu dans la note de synthèse.

- Exemple, de l'étudiant qui traite de l'importance des réseaux sociaux pour les associations et qui opte pour une page Instagram. Il devra mettre en scène du contenu mais également proposer par exemple une campagne de communication Instagram pour une association : Il s'agit donc d'une « démonstration », une mise en pratique de la stratégie.

Il ne s'agit donc pas d'une mise en forme de votre note de synthèse mais bien d'une illustration !

La durée de l'oral « soutenance finale » sera de 20 minutes de présentation + 20 à 30 minutes d'échanges avec un support PPT ou présentation imagée et dynamique !

Elle se passera devant un jury composé de deux personnes qualifiées, qui auront lu et corrigé les épreuves écrites.

A NOTER :

- Le tuteur est invité à assister à la soutenance mais étant de parti pris, il ne pourra pas participer à la délibération et à la notation.
- La soutenance est publique.

3. Planning pour la promotion 2026-2027

- Choix du domaine d'intervention et de l'entreprise : 21 novembre 2025
- Convention de tutorat signée : 1 décembre 2025 - 15 mars 2026
- Fiche d'avant-projet : 15 janvier 2026
- Problématique définitive : 15 février 2026
- Plan détaillé : 15 avril 2026
- Auto-évaluation au regard de la grille des compétences – 7 blocs : 1 juillet 2026
- Remise du dossier écrit : 14 août 2026 en format digital, accompagné de tous les documents obligatoires
- Soutenance entre le 1 et le 19 septembre 2026

4. Critères de compétences et énoncés des épreuves certificatives, évaluation du dossier professionnel

Il s'agit des compétences que vous devez maîtriser au terme de cette deuxième année de mastère, présentées auparavant.

Grilles d'évaluation :

BLOC 1 – Elaborer une stratégie d'image et de communication

	E	D	C	B	A
Process rigoureux de veille et d'analyse des données (quanti/quali) avec sources citées					
Diagnostic communication approprié (notamment élaboration SWOT)					
Analyse appropriée du comportement du consommateur/des communautés					
Stratégie formalisée avec les éléments suivants : objectifs, cible(s), moyens de communication, budget et calendrier					
Respect du cadre budgétaire et temporel dans l'élaboration du plan d'action					
Présentation orale fluide, argumentée et convaincante					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

BLOC 2 – Piloter le déploiement de la stratégie d'image et de communication

	E	D	C	B	A
Plan de travail prévisionnel complet (étapes, planning, équipes, prévisions, indicateurs...)					
Mobilisation d'outils de gestion de projet adaptés pour analyser les écarts et mettre en place des solutions alternatives					
Les documents de référence (charte graphique, ligne éditoriale...) sont créatifs, cohérents et conformes aux règles prévues					
Formalisation d'un plan d'actions correctif pour les éventuels écarts (budget/délais)					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

BLOC 3 – Concevoir et optimiser sa stratégie digitale

	E	D	C	B	A
La strat. de communication s'appuie sur un découpage Off-line et/ou On-line pour chaque cible de communication identifiée.					
Les leviers de communication « Outbound » sont intégrés : sites web, display (classique, vidéos...)					
Les leviers de comm « Inbound » sont intégrés : brand content, story-telling, SEM (SEO, SEA, SMO), mobile, affiliation, ...					
La valeur ajoutée créée par le recours à des actions innovantes est chiffrée et réaliste					
Proposition d'un site étayé par un benchmark de la concurrence et l'utilisation d'outils appropriés					
La définition de KPIs' pour mesurer l'efficacité de la campagne est pertinente.					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

BLOC 4 – Manager une équipe de professionnels (internes/externes) de la communication

	E	D	C	B	A
Constitution d'une équipe projet couvrant l'ensemble des compétences nécessaires					
Constitution de feuilles de route avec des objectifs quantitatifs et qualitatifs en fonctions des moyens et des ressources					
Argumentation d'un recours à des prestataires externes intégré au budget					
Fixation d'objectifs pertinents au regard des enjeux de budget et d'envergure du projet					
Pertinence des modalités prévues pour la gestion de potentiels conflits					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

BLOC 5 – Prendre la parole au nom de l'entreprise

	E	D	C	B	A
Cohérence du choix de cibles de communication (corporate) des réseaux d'influenceurs et communautés associées					
Justification du choix des porte-paroles selon la situation ou l'évènement "objet" de la communication					
Optimisation de la scénarisation du message et des éléments de langage					
Planification, fluidité, cohérence et complétude des messages					
Qualité des outils de reporting pour suivre l'efficacité des prises de parole					
La démonstration met en évidence la capacité à transmettre des contenus et messages en les rendant clairs et accessibles					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

BLOC 6 – Développer une communication interne efficace

	E	D	C	B	A
Le plan de communication interne déployé tient compte de la stratégie de communication globale de l'entreprise					
Prise en compte exhaustive des 'cibles' internes dans le choix des process et des canaux de diffusion					
La variété des leviers et outils proposés permet d'inscrire la réalisation du plan de communication interne dans la durée.					
Les évènements internes proposés ou mis en place sont cohérents avec la politique RH de l'entreprise.					
Prise en compte des impacts du télétravail et des nouveaux modes de management ou d'organisation					
Qualité des indicateurs quali et quanti déployés (baromètres, taux turnover, performance...)					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

BLOC 7 – Piloter un budget de communication

	E	D	C	B	A
Le budget de communication démontre la cohérence entre ses éléments constitutifs et les objectifs de comm. de l'entreprise					
Tous les postes du budget sont détaillés et argumentés (équipes projet, ressources internes et externes, résultats...)					
Les outils de suivi du budget et des indicateurs clés sont détaillés et les contraintes liées au budget sont prises en compte					

A : expertise, B : maîtrise, C : acquis, D : en cours d'acquisition, E : non acquis/non évalué

dias web et print
ourd'hui

ez-VOUS
ajoutée
igitale !



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

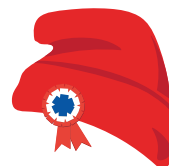
— **couplet 6** —

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**