





# **Ecole de journalisme de Cannes**

*Marraine de l'école : Michèle Cotta*

**Créée en septembre 2003 & création de la LPJAV en septembre 2006.**

**Formation théorique et pratique définie par un Programme National.**

**Partenariats avec l'Oslo Metropolitan University (Norvège) et l'Ecole Supérieure de Journalisme et de Communication de Casablanca (Maroc).**



# PLAN DE LA PRESENTATION

- 1) Un aperçu de la formation
- 2) Et après ?
- 3) Et avant : se préparer à intégrer notre formation en journalisme

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.

<b>Décrypter</b>	<b>Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en s'appuyant sur les théories et modèles des sciences de l'information et de la communication et des sciences humaines et sociales en tenant compte des enjeux environnementaux et sociétaux de l'information et de la communication (socio-économiques, médiatiques, juridiques, politiques, écologiques, éthiques...)</li> <li>en comprenant le fonctionnement des organisations et institutions en se plaçant dans une perspective internationale et interculturelle</li> <li>en mobilisant des ressources artistiques et culturelles pertinentes</li> </ul>
<b>Partager</b>	<b>Informier et communiquer au sein des organisations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en maîtrisant la langue française et deux langues étrangères</li> <li>en réalisant des supports multimédias online/offline (images, vidéos, documents, supports visuels...) à l'aide d'outils et de méthodes professionnels</li> <li>en organisant une diffusion efficace aux différentes parties prenantes</li> <li>en tenant compte des enjeux propres aux sociétés contemporaines</li> </ul>
<b>Garantir</b>	<b>Garantir une information indépendante qui participe au débat public</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en se référant aux chartes nationales et internationales publiées par les organisations professionnelles et en prenant en compte le contexte</li> <li>en identifiant les situations d'ingérence ou d'influence (économique, politique...) et les risques de censure et d'auto-censure</li> <li>en repérant les interlocuteurs privilégiés en cas de manquement aux règles de déontologie</li> <li>en adoptant une posture éthique non stigmatisante (déconstruction des clichés et des stéréotypes, égalité hommes-femmes, sensibilisation aux discriminations liées au genre, au sexe, à la religion, aux origines ethniques)</li> </ul>
<b>Chercher</b>	<b>Chercher les données utiles à la production de l'information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en tenant compte des contextes et des enjeux</li> <li>en identifiant les sources d'information</li> <li>en vérifiant la fiabilité des informations</li> <li>en recoupant les sources d'information</li> <li>en respectant les codes de déontologie notamment en matière de vie privée</li> </ul>
<b>Produire</b>	<b>Produire une information construite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en s'adaptant aux spécificités des différentes écritures journalistiques (print, radio, télévision, web)</li> <li>en mobilisant les compétences techniques nécessaires à la production de l'information (maquettage, prises de vue, montage, infographie...)</li> <li>en tenant compte des contraintes organisationnelles des différents médias</li> <li>en participant à l'élaboration d'une ligne éditoriale</li> <li>en tenant compte des différents publics</li> </ul>
<b>Valoriser</b>	<b>Valoriser l'information en accroissant sa visibilité et son partage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>en gérant en direct ou en différé les flux d'information sortants</li> <li>en protégeant les données et les sources</li> <li>en gérant son identité personnelle et professionnelle en tant que journaliste (ex : utilisation des réseaux sociaux, e-réputation...)</li> <li>en s'appuyant sur les techniques de référencement</li> <li>en respectant le droit de l'information</li> </ul>

# Les situations professionnelles

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

<b>Décrypter</b>	Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients
<b>Partager</b>	Situations professionnelles	Au sein d'une organisation avec ses collaborateurs et sa hiérarchie Dans un réseau professionnel de prestataires et partenaires En direction des publics, usagers, clients
<b>Garantir</b>	Situations professionnelles	En conférence de rédaction En conférence de presse et en interaction avec les chargés de relations publiques Sur le terrain En desk Dans le processus de production et de diffusion de l'information
<b>Chercher</b>	Situations professionnelles	Sur le terrain En desk
<b>Produire</b>	Situations professionnelles	Production d'un contenu éditorial pour la presse écrite Production d'un contenu éditorial pour la radio Production d'un contenu éditorial pour la télévision Production d'un contenu éditorial pour le web
<b>Valoriser</b>	Situations professionnelles	En situation de diffusion de l'information



# LES ENSEIGNEMENTS

## Pôle SIC

**Théorie de l'information et de la communication** : Vincent Véchambre  
**Sémiologie** : Jacques Araszkieviev

## Pôle journalisme

**Déontologie** : Magali Roubaud-Soutrelle  
**Actualité, traitement de l'information, enquête sociale et journalistique** : Michel Bernouin, Philippe Viallon  
**Histoire des médias, analyse critique de l'information** : Jacques Araszkieviev  
**Théorie et sociologie du journalisme, information internationale** : Olivier Koch  
**Economie des médias et du journalisme, enjeux stratégiques de l'information, organisation du journalisme** : Olivier Koch

## Pôle écriture

**Écriture avancée** : Arnault Cohen, Frédéric Maurice, Michel Bernouin, Olivier Marino, Laurence Guidicelli, Aurélie Selvi, Daniel Ortelli  
**Techniques d'expression** : Marianne Denuelle

## Pôle audiovisuel

**Radio** : Laurent Grolée, Albéric de Gouville, Jacques Thérance, David Di Giacomo.  
**Télévision** : Virgile Llado, Raymond Chapelard, Olivier Théron, Magali Roubaud-Soutrelle, Sophie Accarias, Nathalie Layani, Richard de Silvestro, Thomas Gauthier  
**Photo** : Cyril Drouot

## Pôle information, informatique & multimédia

**Écritures pour le web** : Aurore Malval, Anna Dangles;  
**PAO et gestion des flux d'information** : Cyril Drouot  
**Sociologie et enjeux du web** : Olivier Koch  
**Initiation à la recherche d'information** : Vincent Véchambre

## Pôles transversaux

**Anglais** : Philippe Continsouza  
**Espagnol** : Jacqueline  
**Economie** : Dominique Paix  
**Droit** : Laurence Benhamou  
**Sociologie et culture générale** : Frédéric Couston  
**Théâtre** : Emmanuelle Arnau

## L'organisation de la formation

### Formation semestrialisée :

- 6 semestres pour le BUT (S1, S2, S3, S4) = 180 ECTS

### Stages :

- 4 semaines obligatoirement en **P**resse **Q**uotidienne **R**égionale (S2)
- 8 semaines au sein d'une entreprise de presse (S4)
- 12 à 16 semaines en troisième année (S5, S6)



## L'organisation de la formation (2/3)

- **Des semaines professionnelles :**
  - 6 semaines en S2
  - 6 semaines en S3 et S4
  - 5 semaines en S5 et S6
- **Un projet tutoré :**
  - Buzzles
- **Des ateliers :**
  - les Assises du journalisme
  - Canjuers, médiatraining croisé avec l'armée de terre





## L'organisation de la formation (3/3)

- Des conférences professionnelles : invitation de journalistes, de magistrats, de responsables de la société civile...
- 2020 : Camille Courcy, journaliste à Brut



*-3 journaux quotidiens (2000 exemplaires)  
réalisés et distribués à Mouans-Sartoux.*

Encadrés par Arnault Cohen (journaliste à Nice-Matin) et Marianne Denuelle

*Réalisés par les étudiants de première année*

*-Un journal radio produit chaque jour.*

Encadrés par Laurent Grolée, rédacteur en chef adjoint de France Bleu Provence.

*Réalisés par les étudiants de seconde année*

*-Tournage et montage de sujets vidéos.*

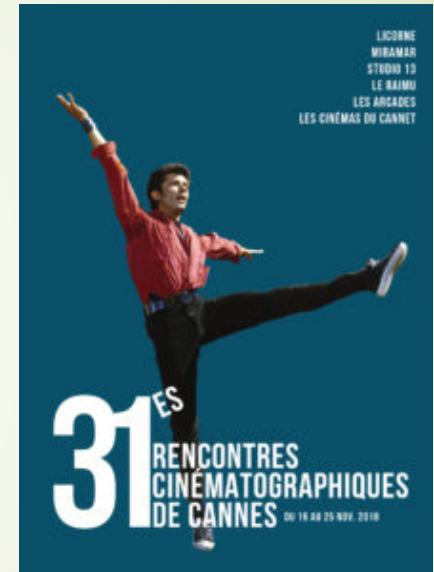
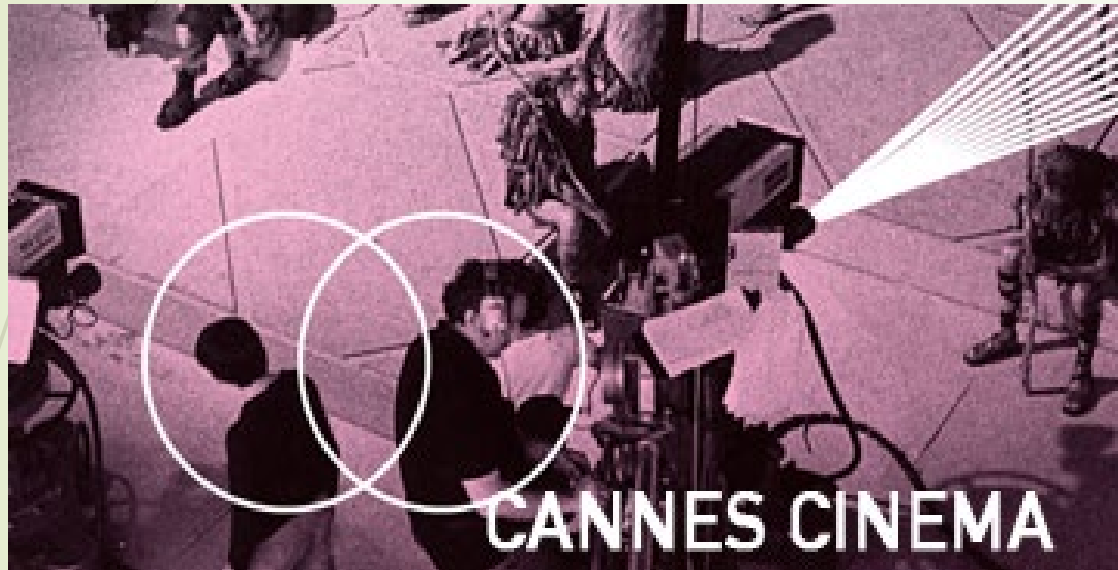
Encadrés par Thomas Gauthier, Olivier Théron et Magali Roubaud-Soutrelle, France Télévisions.

*Réalisés par les étudiants de LP*



# Rencontres Cinématographiques de Cannes du 19 au 25 novembre 2018

Encadrant : *Frédéric Maurice, journaliste à Nice-Matin*



Conception, préparation et impression d'un journal quotidien sur place, à Cannes,  
et mis en ligne sur Buzzles.org

*Réalisé par des étudiants de seconde année*



# LES ASSISES DU JOURNALISME

Du 13 au 15 mars 2019 à Tours

assises du journalisme Tours

12<sup>e</sup> ASSISES INTERNATIONALES  
DU JOURNALISME DE TOURS

#LESMÉDIAS

TOUS LES  
MÊMES?

13-14-15 MARS 2019

Salon du livre du journalisme  
16 MARS 2019

Mame-Tours

ENTRÉE  
LIBRE

www.journalisme.com f @ #AJTOURS



Articles, interviews et reportages pendant toute la durée des Assises, supervisés par Anna Dangles, journaliste pour Le Monde.fr

# Media training avec l'Armée de terre à Canjuers



## Media training et réalisation de reportages TV



Encadrants :

*Jacques Araszkieviev,*

*Raymond Chapelard (JRI à Fance 2)*

*Christophe Napoli (Journaliste free-lance)*

*Réalisés par des étudiants de seconde année*



# DJIBOUTI





# BUZZLES

*La pièce d'info qui vous manque*

**Depuis le 1er octobre 2012 :**

**Plus d'1 million de pages consultées et quelque 3000 articles publiés.**

**Encadré par Cyril Drouot et Vincent Véchambre**

Le site d'info de l'école est alimenté par tous les étudiants de la formation...

...il comprend de nombreuses rubriques local, national, international, politique, économie, sports, culture, etc.

Articles, vues et visiteurs depuis la création

Articles 3 227

Vues 1 128 483

Visiteurs 654 825

Record de vues absolu  
29 septembre 2017



## APRES LA FORMATION ?

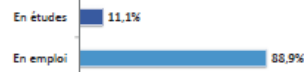
**L'école de journalisme de Cannes n'est pas une classe préparatoire pour les écoles de journalisme de niveau Master**

JOURNALISME AUDIOVISUEL : PRODUCTION DE MAGAZINES TELEVISUES

Nombre de diplômés (sauf VAE*)	15
Questionnaires exploités	9
Taux de réponse	60%

\* : Validation des Acquis de l'Expérience

Situation des diplômés au 1er mars 2018



Situation des diplômés au 1er mars 2018 en effectifs



Caractéristiques socio-démographiques (ensemble des diplômés)

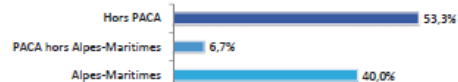
Sexe



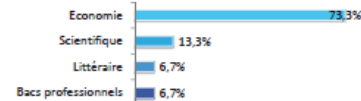
Bourse



Région d'obtention du bac



Bac obtenu



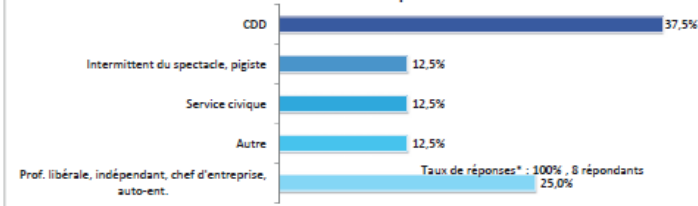
Diplômés sur le marché du travail

Situation des diplômés sur le marché du travail

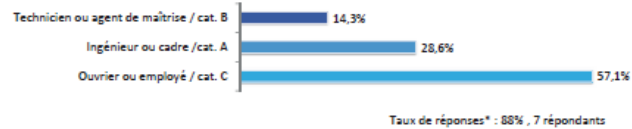


Diplômés en emploi

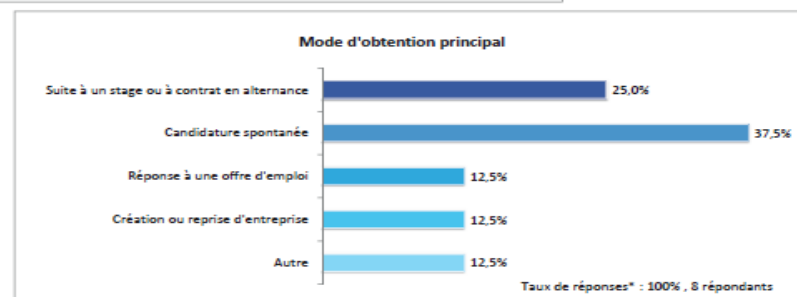
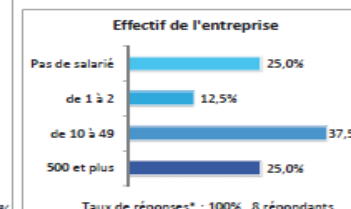
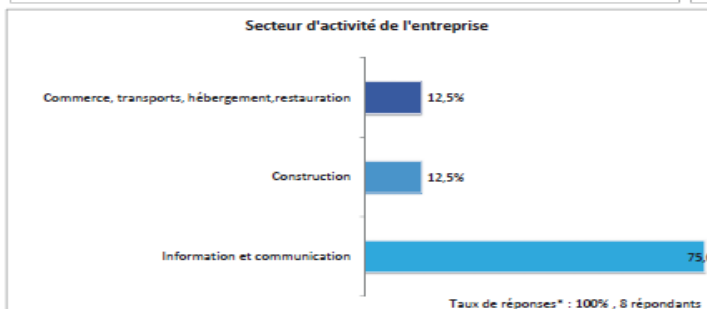
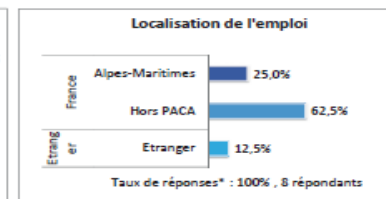
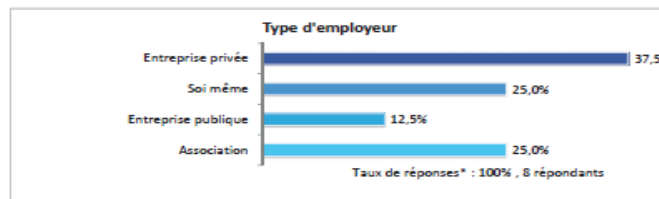
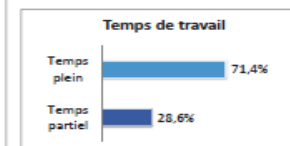
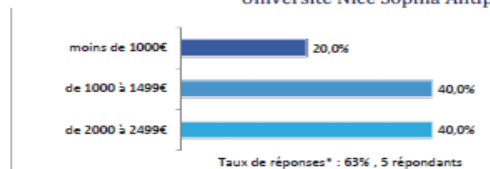
Statut de l'emploi



Niveau de l'emploi



# L'insertion professionnelle



\* : Taux de réponses sur les diplômés en emploi avant répondu à l'enquête

Crédits : O.V.E. UNS - Juin 2018

<http://unice.fr/ove>

# L'insertion professionnelle

**Merci de votre attention**

**Dans l'attente de vous recevoir prochainement !**



© Christophe Gulizzi Architecte