

ZOOM SUR LES MÉTIERS **DE LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE**

www.onisep.fr / www.alliancepresse.fr



ZOOM SUR LES MÉTIERS

DE LA PRESSE

D'INFORMATION GÉNÉRALE

La presse d'information générale, porteuse de valeurs de liberté et de pluralisme, est indispensable au débat démocratique. Relayant la diversité des idées au niveau local, régional ou national, les entreprises du secteur recrutent des professionnels qui vont à la rencontre de l'ensemble des acteurs de la vie économique, culturelle, sportive, politique... La diffusion de l'information passe aujourd'hui non seulement par les journaux imprimés, mais aussi, massivement, par les sites Internet et les applications des titres de presse, également très présents sur les réseaux sociaux, qui traitent de l'actualité en temps réel.

Si les journalistes restent au cœur des métiers de l'information, de nombreux autres professionnels y concourent de plus en plus : responsables produit, spécialistes de l'analyse et de la conquête d'audience ou de la publicité en ligne, experts de l'intelligence artificielle générative ou du traitement des données...

Depuis le bac professionnel jusqu'au diplôme de journalisme, il existe une large palette de formations menant aux différents métiers de la presse d'information générale. Certains d'entre eux sont accessibles dès le bac, en particulier dans la commercialisation, activité qui offre de nombreuses opportunités ; d'autres demandent des compétences technologiques pointues.

Ce guide, réalisé en partenariat avec l'Afdas et l'Alliance de la presse d'information générale, est un outil de découverte pour les jeunes et leurs familles, ainsi qu'un support pour les équipes éducatives.

Il doit favoriser la connaissance et l'approche des métiers de la presse d'information. De manière très concrète, il s'appuie sur la réalité du terrain et s'inscrit dans le cadre du parcours Avenir, qui accompagne les élèves, au collège et au lycée, dans leur exploration du monde professionnel.

*Anne de Rozario,
Directrice générale de l'Onisep
par intérim*

*Pierre Louette,
Président de l'Alliance de la presse
d'information générale*

SECTEUR

L'EMPLOI EN 11 POINTS 2

PORTTRAITS DE PROS

PRODUCTION D'INFORMATION 6

MISE EN FORME DES CONTENUS 14

MARKETING (MERCATIQUE) ET VENTE 17

COMMUNICATION ET NUMÉRIQUE 23

FORMATIONS

À CHACUN ET CHACUNE SON PARCOURS 26

LES DIPLÔMES DU SECTEUR 28

QUESTIONS/RÉPONSES 30

QUIZ

MON TOP 3 DES MÉTIERS 32

Alliance
de la presse
d'information
générale

afDas
DEMAIN SERA FORMATION

ONISEP

Office national d'information sur les enseignements et les professions, établissement public sous tutelle du ministère de l'Éducation nationale et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Espace • Publication de l'Onisep: © Onisep janvier 2026, avec la collaboration de l'Alliance de la presse d'information générale • Directrice de la publication: Anne de Rozario • Directeur des ressources éditoriales transmédiâs: Michel Maurel • Cheffe du service éditions transmédiâs: Laurence Congy • Responsable éditoriale: Christine Courtois • Rédactrice en chef: Murielle Favrel-Samreth • Rédactrice: Caroline Charron • Cheffe du service secrétariat de rédaction et qualité éditoriale: Salina Hamzic • Secrétaire de rédaction: Julien Retàillaud • Correctrice: Pauline Couillet • Documentaliste: Anne-Camille Bazzoli • Direction artistique: Bruno Delobelle • Maquette: Cyril Lauret • Mise en pages et illustration: Corinne Dastot • Iconographe: Christelle Michelet • Photographe: Alain Potignon • Photo de couverture: © Liudmila Chernetskaja/Stock/Getty Images, © microgen/Stock/Getty Images • Responsable fabrication: Laurence Parlouer • Photogravure: Key Graphic (Paris) • Imprimeur: Dupliprint Mayenne, sur papier certifié PEFC • Promotion, commercialisation et diffusion: VPC - 12, mail Barthélemy-Thimonnier, CS 10450 Lognes, 77437 Marne-la-Vallée Cedex 2 • Vente en ligne: librairie.onisep.fr • Relations clients: service-clients@onisep.fr • Code de diffusion Onisep: 901764 • ISSN: 1772-2063 • ISBN papier: 978-2-273-01764-0 • ISBN numérique: 978-2-273-01765-7 • Le kiosque: Art, Culture, Communication, Lettres, Médias • Dépôt légal: janvier 2026 • Reproduction, même partielle, interdite sans accord préalable de l'Onisep.



10-31-1316



L'EMPLOI EN 11 POINTS

Que représente le secteur de la presse d'information générale ?
Y a-t-il des débouchés pour les jeunes ? À quels postes ? Peut-on évoluer facilement ? Quelles sont les innovations pour les métiers demain ?
Des questions que vous vous posez sûrement. Voici les réponses en 11 points.

DE QUOI PARLE-T-ON ?

1 UNE GRANDE PLURALITÉ

La presse écrite d'information générale compte un peu plus de 300 titres. Les entreprises du secteur sont les premiers employeurs de journalistes en France. Que cela soit au niveau national, régional ou départemental, elles délivrent une information quotidienne ou hebdomadaire à des lecteurs souhaitant approfondir et éclairer leur réflexion sur l'actualité.

Répartition des entreprises par types de presse



- PQN : presse quotidienne nationale (12 entreprises).
- PQR : presse quotidienne régionale (30 entreprises).
- PQD : presse quotidienne départementale (14 entreprises).
- PHR : presse hebdomadaire régionale (64 entreprises).

Source : Audiens, 2025.

3 DES SUPPORTS MULTIPLES

La presse s'est adaptée à l'évolution des usages grâce à une diversité de supports et de formats : journal papier, Web, vidéos et podcasts sur les applications. 4,6 millions d'exemplaires (papier et numériques) de journaux d'information générale sont diffusés chaque jour. S'y ajoutent les 1,6 million d'exemplaires de la presse d'information hebdomadaire. De surcroît, les abonnements numériques sont en progression constante.

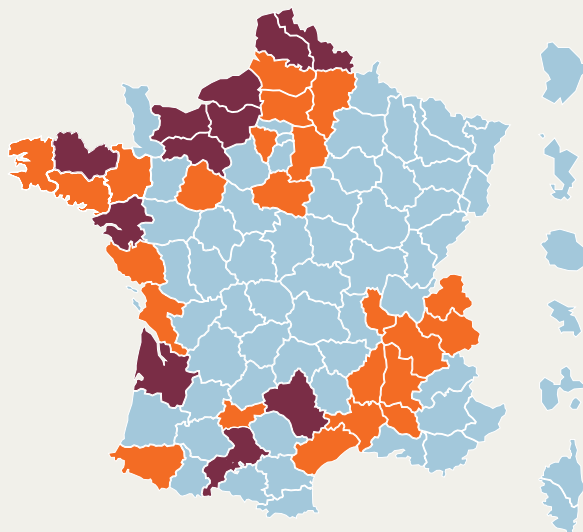
12 % de progression pour les abonnements numériques en 2024.

Source : baromètre de la diffusion, Alliance de la presse d'information générale, 2025.

2 DANS TOUTE LA FRANCE

Chaque jour, les journaux de la PQN, de la PQR et de la PQD sont diffusés largement sur le territoire métropolitain et en outre-mer. Des titres hebdomadaires locaux existent aussi partout en France.

Diffusion des titres de la presse quotidienne et hebdomadaire d'information générale



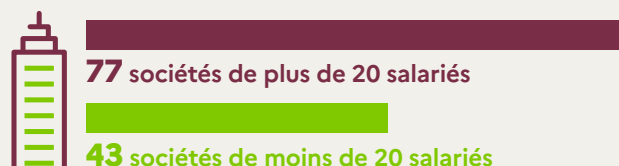
Nombre de titres disponibles dans les départements métropolitains et en outre-mer

■ 22 titres et + ■ 19 à 21 titres ■ 2 à 18 titres Source : Onisep, 2025.

4 DES ENTREPRISES DE TAILLE VARIABLE

Les 120 entreprises de presse d'information générale emploient 16130 salariés (dont 8877 journalistes). Aux côtés de grands groupes, il existe de nombreuses entreprises de taille moyenne, mais aussi des TPE (très petites entreprises) traitant l'information locale.

En 2024, un tiers de petites sociétés



Source : Audiens, 2025.

QUELS DÉBOUCHÉS POUR LES JEUNES ?

5 DÉBUTANTS BIENVENUS

28 % des salariés ont 55 ans et plus. Les nombreux départs en retraite à venir imposent de recruter. Une opportunité pour les jeunes diplômés, d'autant que la majorité des offres d'emploi concerne des débutants. L'apprentissage peut également être une bonne façon d'intégrer le secteur.

Niveau d'expérience recherché



Source : Afdas, 2024.

561 apprentis
parmi les salariés
du secteur en 2024.

Source : Afdas, 2025.

7 PRINCIPALEMENT EN CDI

Dans la presse écrite, il existe des emplois permanents, en CDD (contrat à durée indéterminée) ou en CDI (contrat à durée déterminée), mais aussi des emplois rémunérés à la pige (mission ponctuelle payée à la tâche). Si les pigistes représentent 1 emploi sur 5 dans certains médias (télévision, radio, presse magazine), ils sont toutefois moins présents dans la presse d'information générale, où la grande majorité des salariés est en CDI.

91% de salariés
en CDI dans la presse
d'information générale.

Source : Afdas, 2024.

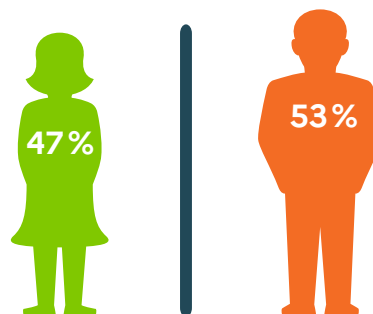
55,6% des détenteurs
d'une carte de presse travaillent
dans la presse écrite.

Source : Observatoire des métiers de la presse, 2024.

6 POUR TOUTES ET TOUS

Le principe de l'égalité professionnelle est une réalité dans le secteur. La part des femmes a cru de manière significative dans les médias, notamment dans la presse magazine, où elles sont devenues légèrement majoritaires parmi les salariés. Dans la presse d'information générale, la parité est presque atteinte.

Les femmes dans la presse d'information

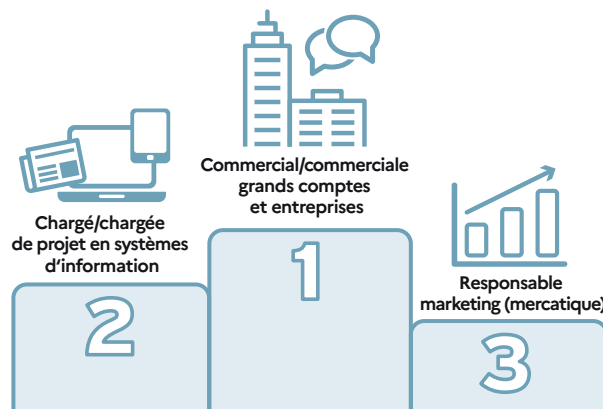


Source : Audiens, 2025.

8 DES POSTES À POURVOIR

Les entreprises de la presse d'information générale recrutent des journalistes, mais pas seulement. Il y a des emplois pour les rotativistes ou les porteurs, mais aussi pour des experts en données et en intelligence artificielle, ou encore pour des spécialistes du marketing (mercatique) numérique. Les profils commerciaux sont aussi très recherchés.

Top 3 des métiers qui recrutent le plus



Source : Afdas, 2024.

69% des postes
sont occupés par des cadres
(journalistes et autres métiers).

Source : Audiens, 2025.

COMMENT FAIRE CARRIÈRE ?

9 ÉVOLUER, C'EST POSSIBLE

« Mes stages m'ont permis d'obtenir mon premier poste, et j'ai pu évoluer ensuite en accomplissant des missions variées. »



p.17

**ELSA,
39 ANS**
Directrice marketing
clients adjointe

« J'ai suivi une formation en école de commerce, où je me suis spécialisée en marketing. Dans le cursus, il y avait 1 semestre à faire à l'étranger et deux stages obligatoires. J'ai passé 6 mois à Hong Kong et j'ai effectué deux stages, en 1^{re} puis en 2^e année, au journal *Le Monde*, où cela s'est très bien passé. »

« Une fois diplômée, j'ai été rappelée par *Le Monde*, qui m'a proposé de travailler sur un projet d'une durée de 2 ans. Il s'agissait de la migration du système de gestion des abonnements, qui impliquait à la fois le marketing, la fabrication, la gestion de la relation client et le Web. »

« *Le Monde* a été racheté et je n'ai pas pu y rester, mais mon responsable m'a appris que *Les Échos* cherchaient un chef de produit junior. J'ai postulé et j'ai obtenu le poste. »

« Je travaille aux *Échos* depuis 14 ans. J'ai évolué en passant par différents postes et missions : cheffe de produit et de projet numérique, cheffe de groupe digital, responsable marketing. »

« Aujourd'hui, je suis directrice marketing clients adjointe et j'encadre une équipe de cinq personnes chargées du développement du portefeuille abonnés. »

ET LES MÉTIERS DEMAIN ?

10 UN ENGAGEMENT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Les entreprises choisissent des fournisseurs écoresponsables, étudient des process de fabrication moins énergivores... Certaines aident financièrement leurs salariés à utiliser le vélo, le bus, le train... Elles s'engagent aussi pour prévenir le harcèlement et les discriminations en nommant des référents pour chaque sujet. Elles édictent des chartes concernant l'inclusion, la parité et la diversité et mènent parfois des actions caritatives.

88 % des entreprises de la PQN (presse quotidienne nationale) agissent pour préserver l'environnement.

Source : Afdas, 2024.

11 UNE IA ÉTHIQUE

Un outil d'IA (intelligence artificielle) ouvert et collaboratif, nommé « Spinoza », est développé pour accompagner les journalistes dans leur mission d'information tout en garantissant la traçabilité des sources et la propriété intellectuelle. L'outil s'appuie sur des bases de données fiables pour produire des synthèses sourcées (et non des articles). Ce projet repose sur les valeurs fondamentales de la presse.

Des valeurs affirmées

Éthique
Transparence
Coconstruction
Déontologie
Ouverture
Traçabilité
Mutualisation

PORTRAITS DE PROS

PRODUCTION D'INFORMATION



Journaliste reporter



Journaliste reporter d'images



Journaliste sportif



Journaliste scientifique



Journaliste de données



Rédacteur en chef



Directrice générale



Directeur de l'Apem

MISE EN FORME DES CONTENUS



Journaliste desk



Secrétaire de rédaction



Responsable du studio graphique

MARKETING (MERCATIQUE) ET VENTE



Directrice marketing clients adjointe



Responsable marketing et promotion des sports



Attachée commerciale



Commercial publicité



Commerciale régie



Responsable des ventes et de la promotion

COMMUNICATION ET NUMÉRIQUE



Conseillère en communication



Gestionnaire des réseaux sociaux



Directrice de produit numérique



Esther Serrajordia, 30 ans
JOURNALISTE REPORTER,
LA CROIX, À MALAKOFF (92)

MON PARCOURS

Après le bac, je me suis dirigée vers l'IEP (institut d'études politiques) de Grenoble et, en parallèle, j'ai préparé une licence d'histoire à l'université. J'ai ensuite intégré l'IFP (Institut français de presse), où j'ai effectué ma 2^e année en alternance à RTL. Par la suite, j'ai obtenu quelques CDD et des piges à *La Croix* avant d'être embauchée en CDI, au bout d'un peu plus de 1 an.

FICHE MÉTIER

JOURNALISTE REPORTER

Formation : BUT infocom parcours journalisme ; LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse ; diplôme d'école de journalisme ; diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; master information-communication avec un parcours journalisme ; master journalisme.

Qualités : curiosité, esprit de synthèse, persévérance.

Salaire débutant : 2080 à 2340 € brut/mois, selon le niveau du diplôme.

Au sein de la rédaction d'un quotidien, Esther suit l'actualité de près pour proposer des sujets qu'elle traite sous forme d'articles ou de reportages, ce qui l'amène à se déplacer souvent sur le terrain. Un travail varié et enrichissant, qui la passionne.

Au service France du quotidien *La Croix*, je suis chargée des sujets société, santé, handicap et dépendance. Chaque matin, nous avons une réunion, qui rassemble une vingtaine de personnes, puis une autre en fin d'après-midi. Chacun présente son travail en cours ou expose ses projets. Pour trouver des sujets, je suis l'actualité 7 jours sur 7, notamment les annonces du ministère chargé de la Santé. Cela me permet de proposer des idées d'articles à mon chef de service, qui me donne le feu vert une

fois obtenue la validation du rédacteur en chef. J'écris alors l'article dans la journée ou j'avance sur des dossiers au long cours, par exemple celui des personnes antiracistes 5 ans après le confinement. En général, de 9 h à 16 h, je traite les sujets du jour, puis je m'attelle à ceux à rendre dans les 3 à 4 jours suivants. Cela demande beaucoup d'organisation, car il faut aussi gérer les imprévus et le stress lié au rythme du quotidien. Je peux aussi être amenée à partir en reportage plusieurs jours ou semaines, ou encore à travailler sur des enquêtes avec d'autres journalistes. Je me pose toujours la question de ce qui va intéresser les lecteurs. J'aime découvrir des choses, voir l'envers du décor, rencontrer des interlocuteurs variés. Pour un reportage, je peux aussi bien passer une journée avec une factrice à la campagne que quelques jours aux urgences d'un hôpital. ■

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Flavia Kazmierczak, 24 ans
JOURNALISTE REPORTER D'IMAGES,
LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ, À CHAMBÉRY (73)

Seule ou accompagnée d'un ou une journaliste, Flavia sillonne sa région pour tourner des sujets d'actualité, des portraits, des entretiens... Elle monte ensuite ses images et crée la titrairie pour mettre en valeur son travail.

MON PARCOURS

Après un bac général avec une spécialité sciences politiques, j'ai obtenu une licence science politique option journalisme à l'Académie ESJ Lille, partenaire de l'université de Lille. J'ai poursuivi mes études en école de journalisme au CFJ à Lyon, en alternance chez Hikari, qui produit des documentaires et des magazines pour la télévision. Après 5 mois de petites missions, j'ai trouvé une offre de poste en CDI au *Dauphiné libéré*, sur le site LinkedIn.



Nous sommes trois JRI (journalistes reporters d'images) au journal, mais je suis seule pour la Savoie et la Haute-Savoie où il y a également trois photographes. Je rayonne sur 120 à 130 kilomètres, ce qui représente plusieurs heures de voiture par semaine. J'assiste aux conférences de rédaction : le lundi avec les chefs des infos de ma zone géographique, le mardi avec le pôle JRI. Nous faisons aussi le point quotidiennement, le plus souvent à distance. Je propose des sujets ou bien on m'en confie. Je pars souvent avec un ou une collègue qui écrira l'article. Nous passons en moyenne 1 heure 30 sur place et j'essaie d'effectuer le montage vidéo dans la journée. Si besoin est, je suis aidée par les monteurs de la rédaction. Je crée et j'insère les titres et les légendes, je fais le mixage du son avant d'exporter la vidéo sur notre plateforme où

les éditeurs Web le récupéreront. Je traite de sujets très variés, mais il y a beaucoup de sport ! Je peux faire des vidéos de 1 minute 30 pour l'actualité et jusqu'à 2 minutes 40 pour les sujets magazine. Ceux-ci sont ensuite diffusés sur les réseaux sociaux, sur le site Web ou via un QR code dans le journal. Je travaille un week-end par mois, mais je reste flexible en fonction de l'actualité. Je dois m'adapter à chaque sujet et ne pas oublier de matériel (appareil photo, micros, trépied, casque, caméra...). ■

FICHE MÉTIER
JOURNALISTE REPORTER D'IMAGES (JRI)

Formation : BUT infocom parcours journalisme ; LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse ; diplôme d'école de journalisme ou d'audiovisuel, diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; master information-communication avec un parcours journalisme ; master journalisme.
Qualités : aisance relationnelle, diplomatie, organisation. **Salaire débutant :** 2000 € brut/mois, 150 à 200 € brut/jour en moyenne à la pige.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Anthony Ottou, 35 ans
JOURNALISTE SPORTIF,
L'AISNE NOUVELLE, À SAINT-QUENTIN (02)

MON PARCOURS

Après le bac, j'ai obtenu une licence information-communication. Puis j'ai abandonné mon master en communication des entreprises pour partir 2 ans aux États-Unis dans le but de couvrir les matchs de basket de la NBA (*National Basketball Association*) pour le site *basketusa.com*. J'ai continué ce travail en France, puis j'ai voulu faire autre chose. À la suite d'un déménagement, j'ai eu l'occasion de faire des piges pour *La Voix du Nord*, puis j'ai intégré *L'Aisne nouvelle*, d'abord pour un remplacement, puis de façon permanente.

FICHE MÉTIER

JOURNALISTE SPORTIF/SPORTIVE

Formation: BUT infocom parcours journalisme; LP métiers de l'information: métiers du journalisme et de la presse; diplôme d'école de journalisme (modules spécialisés en journalisme sportif); diplôme d'IEP (institut d'études politiques); master journalisme; master information-communication avec un parcours en journalisme. **Qualités:** aisance relationnelle, patience, passion. **Salaire débutant:** 1890 € brut/mois.

Faire de sa passion son métier, c'est ce qu'a réalisé Anthony en devenant journaliste sportif. Au bord des terrains, il côtoie et interroge joueurs et entraîneurs pour informer au mieux ses lecteurs des performances et de l'évolution des clubs.

Au départ, j'ai été embauché pour suivre le football, mais petit à petit, le basket a pris le dessus. 60 % de mon temps est consacré à ce sport, contre 40 % pour le foot. Le fil rouge de mon travail, ce sont les matchs du week-end auxquels j'assiste, qu'ils se déroulent à Saint-Quentin ou ailleurs. Je réfléchis aux sujets que je pourrais traiter, tant dans le journal que sur notre site Web. J'en discute avec mes deux collègues journalistes et le chef du service des sports. Les mardis et mer-

credis, je rencontre un coach ou un joueur, puis j'écris mes papiers (cinq à six par semaine, de tailles diverses). Je ne me contente jamais de décrire un match. Je raconte des histoires ou je brosse le portrait d'un joueur, par exemple. Comme j'aime beaucoup les chiffres et les statistiques, je les analyse pour comprendre le déroulement du jeu ou étudier les conséquences d'une victoire ou d'une défaite. Je cherche toujours un angle qui va intéresser les lecteurs, mon but est de retranscrire la passion et l'émotion que suscite le sport. Comme j'assiste à toutes les rencontres des équipes locales, je suis souvent en déplacement, et je travaille le week-end. C'est un métier enrichissant, car je découvre des salles mythiques, je côtoie les joueurs et j'assiste à des matchs passionnants. ■

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Clémentine Laurens, 29 ans
JOURNALISTE SCIENTIFIQUE PIGISTE,
À BRIANÇON (05)



Clémentine est en relation permanente avec des scientifiques du monde entier. Pour plusieurs journaux, elle rend compte de l'actualité scientifique en adaptant son discours et la taille de ses articles à chaque commande.

MON PARCOURS

J'ai intégré une classe préparatoire scientifique après le bac, puis je suis entrée à l'ENS Rennes en filière mathématiques. J'ai suivi un M1 en maths, puis je me suis réorientée en m'inscrivant à l'ESJ Lille, filière journaliste scientifique, où j'ai obtenu un master. J'ai ensuite commencé à faire des piges, un peu par défaut, en attendant de trouver un poste fixe, mais aujourd'hui, je ne changerais pas de situation, car je bénéficie d'une grande liberté.

FICHE MÉTIER

JOURNALISTE SCIENTIFIQUE

Formation : BUT infocom parcours journalisme; LP métiers de l'information: métiers du journalisme et de la presse; diplôme d'école de journalisme; master journalisme; master information-communication avec un parcours journalisme; master information et médiation scientifique et technique; master dans un domaine scientifique. **Qualités :** curiosité, rigueur, organisation. **Salaire débutant :** environ 2 300 € brut/mois (très variable).

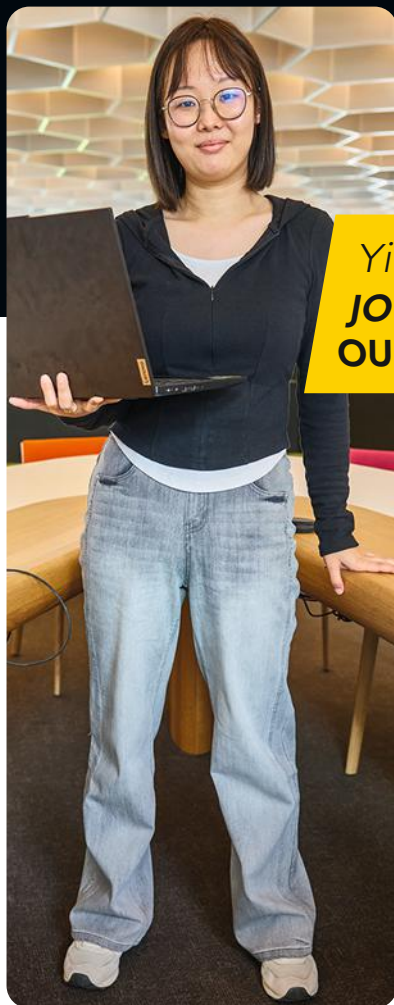
Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

J'ai commencé mes études en Chine, où j'ai obtenu l'équivalent d'une licence en langues française et anglaise. Grâce à un échange avec l'université de La Réunion, j'ai obtenu une licence mention lettres modernes. Je suis ensuite venue à Lille où j'ai obtenu un double diplôme de Sciences Po et de l'ESJ Lille. En 1^{re} année, j'ai géré des données concernant le Covid 19, ce qui m'a initiée au datajournalisme (journalisme de données). En 2^e année, j'ai choisi la spécialité journalisme numérique et j'ai effectué ma scolarité en alternance à Ouest-France, avant de signer un CDD dans la cellule data, où j'ai ensuite été recrutée en CDI.



Yiqing Qi, 28 ans
**JOURNALISTE DE DONNÉES,
OUEST-FRANCE, À RENNES (35)**



Journaliste spécialiste du traitement visuel des données chiffrées, Yiqing aborde des sujets variés. Elle aime le côté factuel des informations qu'elle met en scène et la solidarité avec ses pairs dans une spécialité encore méconnue.

Mon travail est très polyvalent. Journaliste, j'ai aussi des compétences en infographie et en développement qui me permettent de fournir des visuels chiffrés. J'ai la chance de pouvoir traiter des sujets du début à la fin, de l'enquête journalistique à la rédaction de l'article, en passant par la visualisation des données. Mais il m'arrive aussi de collaborer avec d'autres journalistes qui ont besoin d'un graphique, d'une courbe, d'une carte... Quand je repère une actualité, je réfléchis en termes de données et je

cherche qui contacter pour les obtenir. Je vérifie les éléments fournis avant de les traiter visuellement. J'utilise quotidiennement les outils informatiques, comme le codage, mais je travaille aussi à la main. Au-delà de l'aspect quantitatif, je dois aussi effectuer un travail d'analyse. Je traite de sujets variés : les mots récurrents dans les discours de Donald Trump durant ses 100 premiers jours à la Maison-Blanche, l'évolution de la température dans chaque commune afin de mesurer le réchauffement climatique local... Pour ce faire, j'ai demandé à Météo France les relevés de températures depuis 1950 et je me suis plongée dans cette base pour en tirer des conclusions pertinentes. Ma spécialité est encore rare et il y a beaucoup de solidarité entre les journalistes de données. C'est un domaine qui évolue beaucoup et dans lequel je désire me perfectionner encore plus. ■

FICHE MÉTIER

JOURNALISTE DE DONNÉES

Formation : BUT infocom parcours journalisme; LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse; diplôme d'école de journalisme; diplôme d'IEP (institut d'études politiques); master information-communication avec un parcours journalisme; master journalisme. **Qualités :** curiosité, rigueur, esprit logique. **Salaire débutant :** de 2 300 à 2 800 € brut/mois, selon le niveau du diplôme.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Arnaud Brasseur, 38 ans
RÉDACTEUR EN CHEF,
LE BONHOMME PICARD, À GRANDVILLIERS (60)



À la tête d'une petite équipe répartie sur deux départements, Arnaud est très polyvalent. Rédacteur en chef, il choisit les sujets et les unes. Il communique aussi avec la direction, écrit des papiers politiques et monte des partenariats.

MON PARCOURS

Après un bac général et 2 ans de prépa économique, j'ai étudié 1 an à l'École supérieure de commerce d'Amiens avant de travailler en tant que correspondant remplaçant pour différents titres de presse. 2 ans plus tard, j'ai repris mes études à l'École supérieure de journalisme de Lille, filière PHR (presse hebdomadaire régionale). J'ai obtenu la licence pro journalisme de proximité, puis intégré la société Oise Publications. J'ai ensuite obtenu le poste de chef d'agence puis de rédacteur en chef au *Bonhomme picard*.

FICHE MÉTIER

RÉDACTEUR/RÉDACTRICE EN CHEF

Formation : BUT infocom parcours journalisme ; LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse ; diplôme d'école de journalisme ; diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; master information-communication avec un parcours journalisme ; master journalisme. **Qualités :** écoute, pédagogie, organisation. **Salaire débutant :** 2600 € brut/mois.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

Après le bac, j'ai étudié 2 ans en classe préparatoire littéraire puis à l'ESJ Paris. J'ai d'abord été correspondante pour *La Nouvelle République* avant d'être embauchée comme journaliste puis cheffe d'édition dans le groupe de presse Le Messenger. J'ai ensuite pris le même poste au journal *L'Union-L'Ardennais*, avant d'en devenir rédactrice en chef. Je suis aujourd'hui directrice générale du groupe Rossel Est Médias.



Géraldine Baehr-Pastor, 40 ans
**DIRECTRICE GÉNÉRALE,
ROSSEL EST MÉDIAS, À REIMS (51)**

Aux commandes d'un groupe de presse, Géraldine réfléchit avec ses équipes au bon traitement de l'information et à la synergie entre les services. Analyse des chiffres, budgets, réunions et rendez-vous constituent son quotidien.

Le groupe pour lequel je travaille compte quatre journaux (*L'Union, L'Ardennais, L'Est éclair, Libération Champagne*), une régie publicitaire et une imprimerie adossée au siège, où travaillent près de 350 collaborateurs. Globalement, je dois m'assurer que le contenu de nos journaux est de qualité et que ceux-ci soient bien distribués. Je dirige un comité de pilotage hebdomadaire avec les rédacteurs en chef des quatre titres. Nous balayons les temps forts de l'actualité locale, nationale et internationale pour décider des thèmes à traiter, des journaux

dans lesquels ils apparaîtront, de l'opportunité de réaliser des vidéos, du contenu du site Internet, etc. Je m'assure que les différents services travaillent de manière coordonnée et j'accompagne les équipes en ce qui concerne les changements digitaux. Il m'arrive aussi de lancer de nouveaux projets, comme la couverture d'un gros événement local. Je représente le groupe sur le territoire et me déplace régulièrement, aussi bien dans les rédactions que pour rencontrer des institutions. Environ la moitié de mon travail concerne l'analyse des chiffres, la construction des budgets, la préparation et la clôture des comptes, ainsi que les réunions. Je travaille beaucoup avec mon comité de direction, qui regroupe les responsables des différents services, et je rencontre régulièrement les partenaires sociaux. ■

FICHE MÉTIER

DIRECTEUR/DIRECTRICE DE JOURNAL

Formation : diplôme d'école de journalisme ; diplôme d'école de commerce ; diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; master journalisme... **Qualités :** diplomatie, écoute, pédagogie. **Salaires débutants :** 5 000 € brut/mois.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Étienne Millien, 51 ans
DIRECTEUR DE L'APem (ASSOCIATION
POUR L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS), À PARIS (75)

Pour le compte de son association, Étienne travaille avec les responsables des titres, les politiques et les institutions pour développer des actions d'éducation aux médias. Il crée aussi des outils pédagogiques pour accompagner les journalistes.

Je travaille avec les entreprises de presse pour que leurs journalistes se rendent dans les établissements scolaires, dans les bibliothèques ou dans les Ehpad (établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes). Cela représente plus de 1000 rencontres chaque année. L'idée de faire entrer journaux et journalistes dans les classes date de la fin des années 1970. Depuis, la relation aux médias a beaucoup changé. Le but de mon association est de promouvoir la qualité de l'information et de faire comprendre aux plus jeunes qu'elle a une valeur et un coût. La presse possède à la fois une dimension individuelle et collective dans une société démocratique, elle permet de se forger une opinion et de dialoguer avec les autres. Une partie de mon travail consiste à influencer sur les politiques, les ministères, les administrations, etc. Je réponds à des appels à

projets et participe à la création d'outils, comme l'application Parcours Médias, qui s'adresse notamment aux jeunes stagiaires de la presse. L'information provient désormais de nombreux endroits et elle peut être brouillée : la publicité, l'information et les contenus de désinformation sont parfois mis au même niveau. Des enjeux renforcés avec l'apparition de l'IA (intelligence artificielle). Il me faut donc expliquer, donner les moyens de comprendre et transmettre de bons réflexes. ■

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE D'ASSOCIATION D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Formation : BUT infocom parcours journalisme ; LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse ; diplôme d'école de journalisme ; master journalisme ; master information-communication avec un parcours journalisme ; diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; CCP interbranche éduquer aux médias et à l'information. **Qualités :** curiosité, empathie, esprit de synthèse. **Salaire débutant :** 3000 € brut/mois.

MON PARCOURS

Après le bac et une maîtrise en droit public, j'ai effectué une année spéciale en IUT de journalisme, à Bordeaux. J'ai ensuite travaillé à France 3, puis à Eurosport International. J'ai rejoint Eurosport à Londres, puis Bloomberg TV pendant 10 ans. J'ai aussi passé 3 ans comme correspondant à Wall Street. De retour en France, j'ai été embauché à Sud Ouest comme reporter. J'ai par la suite créé le concours Europorters, ce qui m'a permis de lancer l'Apem et de me mettre en disponibilité pour diriger l'association.





Nathalie Corbière, 50 ans
JOURNALISTE DESK,
DORDOGNE LIBRE, À PÉRIGUEUX (24)

Au cœur de la rédaction, devant ses écrans, Nathalie s'assure de la bonne qualité des articles qui paraissent tant sur le site Web que dans le journal papier. Elle apprécie le rythme de la presse quotidienne et la polyvalence de son métier.

MON PARCOURS

Après un bac professionnel en arts graphiques, j'ai commencé à travailler en agence de publicité puis dans une imprimerie en tant qu'infographiste. Je suis ensuite entrée à *L'Écho Dordogne*, puis à la *Dordogne libre* au poste de secrétaire de rédaction et journaliste desk. Un métier que j'ai appris sur le tas.

FICHE MÉTIER

JOURNALISTE DESK

Formation : BUT infocom parcours journalisme; LP métiers de l'information: métiers du journalisme et de la presse; diplôme d'école de journalisme; diplôme d'IEP (institut d'études politiques); master journalisme; master information-communication avec un parcours journalisme. **Qualités :** rigueur, méthode, organisation. **Salaire débutant :** 1800 € brut/mois.

Tous les articles sont réceptionnés entre 9 h 30 et 23 h. Nous sommes deux à nous relayer durant cette tranche horaire. Chaque soir, nous définissons en réunion de rédaction le nombre de pages du journal du lendemain et ce qu'on va y mettre. Je commence par regarder les courriels, notamment ceux concernant les faits divers ou le sport. Je relis et remanie d'abord les articles des correspondants qui seront publiés sur le site Web. Je corrige les fautes d'orthographe ou

de tournure, j'effectue des coupes, j'ajoute des titres, etc. Il m'arrive aussi d'appeler un correspondant pour avoir des informations complémentaires sur un sujet. L'après-midi, je reçois la copie des rédacteurs du journal. Je relis les articles avant de les transmettre au rédacteur en chef. Au fur et à mesure, je les intègre dans les pages en utilisant un système de PAO (publication assistée par ordinateur). Mon coéquipier arrive à 15 h 30 et reste jusqu'au bouclage, qui a lieu à 23 h. À partir de 17 h 30, on commence à préparer le numéro du lendemain. Je travaille soit le matin, soit le soir, et un week-end sur deux. Je considère que je suis les yeux du lecteur et, même si les correcteurs orthographiques et l'intelligence artificielle nous aident, cela ne suffit pas, car notre tâche va plus en profondeur. ■

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Quentin Martinez, 25 ans
SECRÉTAIRE DE RÉDACTION,
JOURNAL DE MILLAU, À MILLAU (12)



À l'affût des informations qui arrivent à la rédaction, Quentin les répartit entre les différentes rubriques du journal ou du site. Mais le gros de son travail consiste à relire, à corriger et à adapter tous les articles avant leur publication.

MON PARCOURS

Après le bac, je suis entré à Sciences Po Toulouse, où j'ai obtenu un master en journalisme. Pendant ma 3^e année, j'ai effectué un stage au journal *L'Indépendant*, à Perpignan. J'ai continué à y faire des piges jusqu'à la fin de mes études. J'ai fait mon stage de fin d'études au magazine *Têtu* et, dans les semaines qui ont suivi l'obtention de mon diplôme, j'ai été embauché au *Journal de Millau*.

FICHE MÉTIER

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION

Formation : BUT infocom parcours journalisme ; LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse ; diplôme d'école de journalisme ; diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; master journalisme ; master information-communication avec un parcours journalisme. **Qualités :** polyvalence, curiosité, minutie. **Salaire débutant :** 1850 € brut/mois.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

MON PARCOURS

Après un bac général avec option arts plastiques, j'ai commencé une licence d'anglais avant de me réorienter vers une MANAA*, puis un BTS design de produits.

J'ai continué en licence pro design produit et graphisme.

Faute de trouver un emploi dans le graphisme, j'ai travaillé dans un magasin de loisirs créatifs.

Puis j'ai été embauchée par Miko (groupe Unilever) en tant que chargée de communication interne.

Le Journal de la Haute-Marne m'a ensuite recrutée après avoir vu mon CV sur le site de France Travail.

* Mise à niveau en arts appliqués.



Jessica Munos, 30 ans
**RESPONSABLE DU STUDIO GRAPHIQUE,
LE JOURNAL DE LA HAUTE-MARNE, À CHAUMONT (52)**



Encadrant une équipe de graphistes, Jessica s'assure du respect de la charte qu'elle a créée. Elle veille aussi aux délais de création des publicités, des bannières Web ou des travaux d'imprimerie demandés par les services internes à l'entreprise.

A mon arrivée au sein du journal, j'ai créé la charte de nos autopromotions. Je vérifie que celle-ci est bien appliquée, je veille aux délais de réalisation ainsi qu'à l'intégration des publicités dans nos supports de communication : journal, suppléments, hors-séries. Mon équipe comprend trois graphistes dont je valide les créations et à qui je prête main-forte quand le travail s'intensifie, notamment lorsque nous sortons des suppléments au journal quotidien. Nous travaillons sur ordinateur avec le logi-

ciel InDesign. Nous pouvons utiliser aussi Photoshop ou Illustrator. Les demandes de réalisation de publicités, d'autopromotions, de travaux d'impression ou de contenus vidéo arrivent sur une plateforme, Trello, qui permet à chaque graphiste de travailler sur un projet en fonction des priorités. Nous pouvons créer une publicité ou l'adapter si elle est fournie par le client, réaliser des visuels (pavés et bannières) pour le site Web, un logo, un programme, une affiche... C'est très varié ! Nous traitons entre 15 et 20 demandes par jour en moyenne et les délais sont souvent courts : de 1 à 5 jours. Je dépends de la direction commerciale et marketing, mais je suis en relation avec les services publicité, diffusion et rédaction, qui peuvent tous faire des demandes de visuels auprès du studio. ■

FICHE MÉTIER

GRAPHISTE

Formation : DNA option communication ou design ; DN MADE mention graphisme ; LP métiers du design avec un parcours en graphisme ; DNSEP option communication ou design ; diplôme d'école spécialisée en design graphique ; TP graphiste. **Qualités :** adaptabilité, aisance relationnelle, créativité. **Salaire débutant :** 1800 € brut/mois.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Elsa Sieur, 39 ans
DIRECTRICE MARKETING CLIENTS
ADJOINTE, LES ÉCHOS, À PARIS (75)



En accord avec sa direction générale, Elsa élabore une stratégie visant l'augmentation du nombre des abonnés et suit les opérations menées pour y parvenir. Un travail d'équipe et d'analyse de données qui la passionne.

MON PARCOURS

Après le bac, j'ai fait une prépa économique et commerciale avant d'intégrer Neoma Business School, à Rouen. J'y ai obtenu un diplôme niveau master spécialité marketing et communication des services. J'ai effectué mes stages au journal *Le Monde*, qui m'a ensuite recrutée pour une mission de 18 mois au service abonnement. Mon responsable m'a alors parlé d'un poste aux *Échos*. J'ai postulé et j'ai été embauchée en tant que cheffe de produit digital junior. J'ai ensuite évolué vers le poste de manager marketing (mercantique) puis de directrice marketing clients adjointe.

Mon équipe compte cinq personnes. Je suis chargée du développement des abonnements. Pour atteindre nos objectifs, nous mettons en place des campagnes de courriels, d'encarts d'autopromotion dans les journaux et magazines du groupe, de courriers auprès des prospects, de publicités sur les réseaux sociaux... Il faut savoir choisir les bons mots, les images et couleurs efficaces, etc. *Idem* pour les opérations de fidélisation : nous rappelons à nos abonnés les services supplémentaires dont ils bénéficient ou nous leur proposons de s'inscrire à une lettre d'information. En tant que responsable, je suis le déroulement de ces différentes opérations. Cela implique de créer beaucoup de tableaux Excel ! Ils me permettent d'analyser ce qui marche et ce qui ne marche pas et de rectifier le tir si besoin est. Je peux savoir

par quel canal les nouveaux clients se sont abonnés, le rendement de chaque campagne, le taux de réabonnement, le chiffre d'affaires généré... Je participe à beaucoup de réunions : avec mon équipe, avec le service des données, ou la direction générale, afin d'établir une stratégie sur 5 ans. C'est beaucoup de réflexion et de collaboration. Le métier a beaucoup changé depuis l'apparition des abonnements digitaux : le travail sur les données prend de plus en plus d'ampleur. Cela rend le métier palpitant, car il y a toujours quelque chose à apprendre. ■

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE MARKETING (MERCATIQUE)

Formation : diplôme d'école supérieure de commerce, master marketing, vente. Le poste est généralement accessible après une expérience en tant que chef/cheffe de produit. **Qualités :** aisance relationnelle, curiosité, rigueur. **Salaire débutant :** de 3 500 à 5 000 € brut/mois.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Maxime Ledent, 36 ans
**RESPONSABLE MARKETING ET PROMOTION DES SPORTS,
OUEST-FRANCE, À RENNES (35)**

MON PARCOURS

Après un bac général, j'ai effectué un DUT* technique de commercialisation, puis une licence et un master (M1 en marketing et M2 en communication). J'ai ensuite intégré une école de commerce, où j'ai obtenu un diplôme en marketing direct et commerce électronique, préparé en alternance à la Fédération française de rugby, où je suis resté 3 ans en tant que chargé de communication digitale. J'ai alors été recruté comme chef de projet digital à Paris La Défense Arena. Puis j'ai travaillé 2 ans pour le groupe Le Duff en tant que gestionnaire des réseaux sociaux avant d'être recruté par Ouest-France.

* Remplacé par le BUT.

Passionné de sport et spécialiste du marketing (mercatique), Maxime s'attelle à promouvoir le travail de la rédaction des sports de son journal. Entre campagne sur les réseaux sociaux et partenariats, ses missions sont variées.

Mon travail s'articule autour de trois axes visant à booster les abonnements. Le premier consiste à promouvoir les contenus proposés par la rédaction des sports de Ouest-France. Pour ce faire, je lance une campagne de communication sur les réseaux sociaux ou par courriels ou je publie une lettre d'information pour mettre en avant des articles, des reportages ou des analyses sportives. J'organise également l'enregistrement de podcasts (audio à la demande) en

public et je lance des partenariats avec des clubs, des ligues ou des organisateurs d'événements sportifs. Le deuxième axe vise à récompenser les abonnés fidèles, par exemple en leur proposant des avantages exclusifs (billets pour un match, visites de coulisses, rencontres avec des sportifs, etc.). Enfin, je travaille à élargir la communauté des futurs lecteurs en organisant des jeux-concours ou des opérations interactives autour du sport, ce qui nous permet de collecter les contacts de personnes à qui l'on pourra proposer des abonnements. Je travaille avec les équipes locales et mes homologues des autres départements, notamment pour mettre en place des partenariats : tournoi de tennis de Roland-Garros, finale du championnat de France de pétanque en Bretagne, Vendée Globe... Je fais beaucoup de coordination et passe souvent d'un sujet à un autre. ■

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE ÉVÉNEMENTS ET PARTENARIATS

Formation : BUT information-communication parcours communication des organisations ; BUT techniques de commercialisation parcours stratégie de marque et événementiel ; diplôme d'école de commerce, d'IEP (institut d'études politiques) ou d'école de communication ; master communication des organisations. **Qualités :** adaptabilité, autonomie, créativité. **Salaire débutant :** de 2 300 à 2 600 € brut/mois, selon le niveau de diplôme.

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Justine Le Gac, 26 ans
ATTACHÉE COMMERCIALE,
GROUPE ACTU, À GUINGAMP (22)

Justine est au quotidien sur le terrain pour rencontrer ses clients dans son département. En plus de dialoguer avec eux et de les conseiller, elle cherche chaque jour à en trouver de nouveaux.

Basée à Guingamp, je rayonne dans un secteur de 50 kilomètres pour rencontrer mes clients habituels ou potentiels, à qui je vends des « solutions de communication », comme des espaces publicitaires ou des campagnes sponsorisées dans les journaux du Groupe actu, sur notre site d'information ou dans des éditions spéciales (supplément été, Noël, habitat...). Nous organisons également des événements pour lesquels je commercialise des stands. Selon leur zone géographique et leurs besoins, je propose à mes interlocuteurs (commerçants, chefs d'entreprise...) de diffuser une publicité sur un support ou sur un autre. J'ai un portefeuille de clients très variés, et dans tous les secteurs d'activité : salles de sport, restaurants, écoles... J'organise mon temps et mes rendez-vous en toute autonomie. Dans tous les cas, je leur

apporte le journal, je prends des nouvelles de leur activité, des problèmes qu'ils rencontrent... Tout cela en faisant preuve d'écoute et d'empathie. J'aime beaucoup cette relation avec la clientèle. Après la première prise de contact, j'envoie à l'entreprise une proposition commerciale sur mesure. Je suis responsable de mon portefeuille clients de A à Z, ce qui nécessite de m'occuper aussi de la partie administrative : suivi de mon chiffre d'affaires, réalisation des devis, gestion des visuels, comptes rendus. ■

FICHE MÉTIER

ATTACHÉ COMMERCIAL/ATTACHÉE COMMERCIALE

Formation : bac pro métiers du commerce et de la vente ; BTS négociation et digitalisation de la relation client ; BUT techniques de publicité. **Qualités :** aisance relationnelle, autonomie, empathie. **Salaires débutants :** 1800 € brut/mois (hors part variable en fonction des résultats et des entreprises).

MON PARCOURS

Après la 3^e, j'ai préparé un BEP* relation clients et un bac pro en commerce. Je me suis ensuite inscrite en BTS MUC (management des unités commerciales)** en apprentissage chez Armor vêtements, mais la formation était trop théorique pour moi. Au bout de 1 an, je me suis donc réorientée vers le diplôme de gestionnaire d'unités commerciales, toujours en apprentissage dans la même entreprise. Après l'obtention de mon diplôme, j'ai travaillé en intérim avant d'être employée à Biocoop. J'ai postulé au Groupe actu grâce à une annonce sur Indeed.

* Brevet d'études professionnelles, ancien diplôme d'études secondaires.

** Devenu le BTS MCO (management commercial opérationnel).



Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Sébastien Marciniak, 30 ans,
**COMMERCIAL PUBLICITÉ, GROUPE L'ABEILLE
DE LA TERNOISE, À BEAUVAIS (60)**

MON PARCOURS

Après deux BEP* (en menuiserie et en commerce), j'ai obtenu un bac pro métiers du commerce.

J'ai ensuite été vendeur dans un magasin de sport pendant 2 ans. J'ai alors passé le concours d'adjoint de sécurité de la Police nationale puis celui de gardien de la paix.

Après 4 ans en poste à Paris, j'ai souhaité retourner dans ma ville natale. J'ai travaillé dans divers domaines en intérim avant d'être embauché au poste de commercial au sein du groupe L'Abeille de la Ternoise.

* Brevet d'études professionnelles, ancien diplôme d'études secondaires.

FICHE MÉTIER

COMMERCIAL/COMMERCIALE PUBLICITÉ

Formation : baccalauréat professionnel métiers du commerce et de la vente, BTS négociation et digitalisation de la relation client ; BUT techniques de commercialisation. **Qualités :** aisance relationnelle, adaptabilité, autonomie. **Salaire débutant :** 1 800 € brut/mois (hors part variable en fonction des résultats et des entreprises).

Sur le terrain ou au téléphone, Sébastien propose des espaces publicitaires sur papier ou en ligne à des professionnels. Il assure aussi le suivi des créations visuelles et prospecte de nouveaux clients et leur présente des solutions adaptées.

Je conseille mes clients (restaurants, agences immobilières, commerces...) sur leur communication au travers de l'un de nos nombreux supports : neuf éditions papier, quatre sites Web et quatre communautés Facebook. Je propose des insertions publicitaires dans les dossiers spéciaux encartés en carnet central de nos journaux, ainsi que dans notre magazine *Un été en Nord*, dans le guide *1000 Pattes*, dans les guides des seniors de l'Oise et de la Somme, etc. Je m'occupe aussi des partenariats avec des événements ou des salons professionnels, notam-

ment en faisant gagner des cadeaux à nos lecteurs par le biais d'une tombola. Je me déplace dans l'Oise et dans une partie de la Somme pour rencontrer mes clients. Je leur présente les statistiques des retombées Web (sites et réseaux sociaux) et les retours que nous avons dans les journaux, notamment grâce aux coupons détachables proposés et incorporés dans les encarts publicitaires. Je démarcher aussi par téléphone et j'envoie ensuite des devis par courriel. Après la signature du bon de commande, je transmets à nos graphistes les éléments qui vont leur permettre d'élaborer les visuels publicitaires. Par la suite, je veille au respect des délais. Je passe 80 % de mon temps en déplacement, le reste au bureau. Chaque semaine, je fais le point avec mon responsable. Je ne me repose jamais sur mes acquis et je continue à prospecter en permanence. ■

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Cécile Pichon, 27 ans
COMMERCIALE RÉGIE,
OUEST-FRANCE, À RENNES (35)



Cécile commercialise auprès des professionnels de sa région un outil de veille portant sur de nombreux titres de presse. Elle suit ses rendez-vous sur un logiciel qui comptabilise également la réalisation de son chiffre d'affaires.

MON PARCOURS

Après un bac général, j'ai préparé un BTS assistant de gestion PME-PMI*, puis une licence pro en commerce-distribution management en alternance à Géant Casino. J'ai ensuite poursuivi mes études en école de commerce, à l'ESG Rennes, où j'ai obtenu un diplôme en commerce-marketing, préparé en alternance à *Ouest-France*, qui est un des partenaires de mon école. Je suis restée dans l'entreprise, où j'ai évolué jusqu'à mon poste actuel.

* Devenu le BTS gestion de la PME.

FICHE MÉTIER

COMMERCIAL/COMMERCIALE RÉGIE

Formation: BTS négociation et digitalisation de la relation client (NDRC); BUT techniques de commercialisation (TC); BUT infocom parcours publicité; master marketing, vente; diplôme d'école supérieure de commerce; diplôme d'école spécialisée en communication, publicité... **Qualités:** diplomatie, force de persuasion, persévérance. **Salaire débutant:** 1800 à 2000 € brut/mois, selon le niveau de diplôme (hors primes sur résultats).

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

Ma mission est de commercialiser Panorapresse, un outil de veille développé par *Ouest-France*. Celui-ci permet aux clients d'effectuer une veille interne ou concurrentielle sur un territoire donné, grâce à des mots-clés. L'outil scanne tous les journaux de notre groupe de presse, mais aussi 77 hebdomadaires, le site actu.fr et les titres du groupe La Tribune. Le client reçoit chaque matin une revue de presse avec la possibilité de lire en intégralité les articles sélectionnés. Je démarque sur les quatre départements bretons. Il peut s'agir d'industriels, de promoteurs immobiliers, de centres hospitaliers, de mairies, etc. Je dois les convaincre de la valeur de notre outil en mettant en avant ses atouts avec des arguments solides, des mots-clés percutants et une démonstration claire... sans jamais me décourager! J'utilise aussi LinkedIn pour entrer en

contact avec des dirigeants ou des responsables communication, et j'utilise Panorapresse pour préparer mes rendez-vous, qui se font essentiellement en visioconférence. Tous les mois, je fais le point avec mon responsable pour déterminer quel objectif je dois atteindre. Je rentre toutes les informations dans l'outil de gestion de la relation client: contacts, résumé de rendez-vous, relances... C'est très pratique, car je peux aussi savoir où j'en suis de mon travail de prospection. ■



Julien de Carvalho Sobral, 31 ans
RESPONSABLE DES VENTES ET DE LA PROMOTION,
GROUPE ACTU, À FLERS (61)

MON PARCOURS

Après un bac général, j'ai préparé un DUT techniques de commercialisation, suivi d'une licence et d'une 1^{re} année de master en management du sport. Durant cette formation, j'ai eu l'opportunité de participer à l'ouverture d'un magasin de sport, d'abord en tant que vendeur, puis comme responsable du magasin. 1 an et demi plus tard, j'ai été recruté par le Groupe actu pour m'occuper de la diffusion et des ventes des journaux.

* Remplacé par le BUT.

FICHE MÉTIER

RESPONSABLE DES VENTES

Formation: BUT techniques de commercialisation ; master marketing, vente ; diplôme d'école de commerce ou diplôme d'école spécialisée en communication ou en marketing. **Qualités:** aisance relationnelle, autonomie, organisation. **Salaire débutant:** environ 2500 € brut/mois (variable selon le niveau de diplôme, l'entreprise, l'expérience et les résultats).

Souvent sur le terrain à la rencontre des lecteurs et des acteurs locaux, Julien n'a pas le temps de s'ennuyer. Sa mission : développer les ventes et les abonnements des six journaux papier de son groupe.

Je veille à la bonne diffusion de nos journaux dans les points de vente et auprès des abonnés. Pour cela, j'analyse les chiffres afin de déterminer le nombre d'exemplaires à imprimer, puis j'organise la logistique pour que la livraison se fasse en temps et en heure. Je peux être amené à gérer des problèmes de dernière minute, comme un camion qui n'a pas pu livrer en raison d'intempéries. Mon objectif est aussi de développer les ventes en trouvant de nouveaux commerces (boulangeries, supermarchés, maga-

sins spécialisés...). Je me déplace donc beaucoup pour prospecter dans les communes dont nous parlons dans nos journaux. Je mets aussi en place des animations commerciales dans les galeries marchandes, les foires, etc. Je dois alors négocier les conditions et organiser l'animation. Je développe mon réseau et cherche toujours de nouvelles idées, par exemple des jeux-concours sur les réseaux sociaux. Je m'assure de la qualité de la distribution pour nos abonnés et cherche à en recruter de nouveaux. Enfin, je m'occupe de la promotion de la marque actu.fr et de ses journaux en signant des partenariats avec des organisateurs d'événements ou en communiquant sur Internet. Chaque mois, je rédige le bilan des ventes, que je présente ensuite à la direction, ce qui nous permet de définir et d'organiser mes actions à venir. ■

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Kasia Hamera, 41 ans
**CONSEILLÈRE EN COMMUNICATION,
 AGENCE EVELYNE, À CASTRES (81)**

Responsable d'un portefeuille de clients répartis dans le sud du Tarn, Kasia vend des espaces publicitaires, mais propose également des stratégies de communication globales. Elle aime la diversité de son travail et de ses interlocuteurs.

Je peux aussi bien démarcher un fleuriste qu'un boulanger, une entreprise, un supermarché ou un concessionnaire automobile : c'est très varié ! L'agence Evelyne est à la fois la régie publicitaire du groupe La Dépêche du Midi et une agence de communication à part entière. Dans ma zone géographique, qui englobe Castres et le Tarn du Sud, je fidélise et développe la clientèle souhaitant faire de la publicité sur nos supports (journal, site Web, réseaux sociaux, etc.). Je peux aussi apporter des conseils pour un plan de communication plus large. Lors du premier rendez-vous avec mes interlocuteurs, je me renseigne sur leurs besoins, leurs cibles, leurs temps forts et leur budget, ceci afin de faire une proposition sur mesure. Je les accompagne sur l'ensemble de leur politique de communication : investissements médias, organisation d'événements,

création de contenus, transformation digitale... Mon objectif est de proposer des solutions créatives qui correspondent à leurs projets. Il me faut donc savoir argumenter, convaincre, négocier... Mon travail ne s'arrête cependant pas à la signature du contrat, j'assure aussi le suivi de la réalisation des campagnes et tire un bilan pour ajuster si besoin est. Je suis la référente à la fois du client et des services internes chargés de la réalisation. ■

FICHE MÉTIER

CONSEILLER/CONSEILLÈRE EN COMMUNICATION

Formation : diplôme d'école de communication ; diplôme d'école supérieure de commerce ; diplôme d'IEP (institut d'études politiques) ; master communication des organisations ; master information-communication. **Qualités :** créativité, autonomie, diplomatie. **Salaire débutant :** 2 000 € brut/mois.

MON PARCOURS

En Pologne, après le bac, j'ai obtenu un diplôme de niveau bac+5 en linguistique appliquée, puis un diplôme en commerce international qui offrait plus d'opportunités. J'ai commencé à travailler en tant que commerciale export pour une entreprise textile dans mon pays, puis en France, où je me suis installée. J'ai alors été tour à tour cheffe de publicité pour des salons et un groupe média, puis responsable des partenariats pour des congrès médicaux. Puis j'ai finalement intégré l'agence Evelyne.



Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Rémi Milleret, 35 ans
**GESTIONNAIRE DES RÉSEAUX SOCIAUX,
LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ, À VEUREY-VOROIZE (38)**

MON PARCOURS

Après un bac général, j'ai intégré une école privée de journalisme en 3 ans, ce qui m'a permis d'effectuer des stages au *Dauphiné libéré*. J'y ai été embauché à l'issue de mes études, d'abord en CDD pendant 2 ans, puis en CDI. Je suis passé par différents services en tant que journaliste, puis responsable d'agence et directeur de l'édition des Alpes du Sud, avant de me spécialiser dans l'information digitale.

FICHE MÉTIER

GESTIONNAIRE DE COMMUNAUTÉ (COMMUNITY MANAGER)

Formation: BTS communication, BUT infocom; BUT MMI (métiers du multimédia et de l'Internet) parcours stratégie de communication numérique et design d'expérience; LP métiers du numérique: conception, rédaction et réalisation Web; diplôme d'école spécialisée en marketing digital; master communication des organisations; master information-communication. **Qualités:** adaptabilité, curiosité, polyvalence. **Salaire débutant:** de 2 500 à 2 900 € brut/mois en fonction du niveau de diplôme.

Avec son équipe, Rémi crée du contenu ou sélectionne des articles écrits par des journalistes afin de les diffuser sur les réseaux sociaux. Il essaie de toucher une cible plus jeune avec des contenus adaptés et très visuels.

Responsable des réseaux sociaux du *Dauphiné libéré*, je supervise le travail d'une gestionnaire de communauté et d'un alternant. Je présente également une vidéo d'actualité quotidienne. Nous travaillons comme une rédaction, avec un calendrier éditorial et des créneaux pour l'actualité locale (nous couvrons sept départements), les sujets nationaux et internationaux étant traités à Paris. Nous utilisons surtout le contenu du journal, que nous sélectionnons et adaptons

pour toucher la cible des 18-35 ans, en essayant de capter leur attention dès les premières lignes. Si, en général, nous dupliquons les informations sur les réseaux sociaux, on peut aussi créer un reportage de 2 minutes pour YouTube ou publier une photo commentée sur TikTok ou Instagram. Sur LinkedIn, nous diffusons l'actualité économique de la région. Nous créons ponctuellement du contenu en allant sur le terrain pour tourner des vidéos, faire des interviews ou prendre des photos, notamment lors d'événements. Je suis les statistiques d'utilisation pour voir ce qui fonctionne et j'adapte les contenus si besoin est. Mon métier est très polyvalent: journaliste, je dois également avoir des compétences en gestion de communauté, en graphisme pour créer des visuels, en montage vidéo et même un peu en mercatique pour valoriser l'information. ■

Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.



Aurore Bergman, 42 ans
DIRECTRICE DE PRODUIT NUMÉRIQUE,
LA CROIX, À MALAKOFF (92)

Aurore analyse et étudie de près les comportements des utilisateurs du site ou des applications de son journal. Elle décide ensuite des orientations à prendre pour toucher toujours plus de personnes et augmenter la fréquentation.

MON PARCOURS

Après le bac, j'ai préparé un BTS animation et gestion touristique locale*, puis un magistère dans le tourisme. J'ai ensuite obtenu un master (M1 en métiers des arts et de la culture et M2 en multimédia interactif). J'ai fait un stage long à la cellule numérique de France Télévisions, qui m'a permis de devenir cheffe de projet au sein du groupe Hersant. J'ai également travaillé dans une agence comme cheffe de projet numérique avant d'être recrutée à France Inter, au poste de cheffe de produit. *Libération* m'a ensuite proposé le poste de directrice de produit numérique, puis je suis entrée à *La Croix*.

* Devenu le BTS tourisme.

Les directeurs de produit numérique décident des orientations stratégiques des sites, des applications ou des lettres d'information à développer pour attirer des utilisateurs et, par ricochet, des abonnés. Je dois trouver de bonnes idées pour intéresser plus particulièrement les personnes de 40 à 50 ans, mon cœur de cible. Pour cela, j'analyse les statistiques de visites, les études mensuelles et les tests utilisateurs. J'identifie notamment les articles les plus lus, les podcasts (audio à la demande) les plus écoutés, les vidéos les plus regardées. J'anime une équipe de 12 personnes, comprenant des chefs de produit, un designer d'interface, une personne chargée du référencement et plusieurs développeurs. Je répartiss le travail, je leur donne des objectifs et une vision d'ensemble, mais j'écoute aussi leurs

remarques et leurs réflexions, car nous travaillons ensemble à partir d'hypothèses. Bien que n'étant pas spécialiste, je dois connaître tous les métiers et les contraintes de chacun. En plus de mon équipe, je travaille avec les services marketing (mercatique), publicité, abonnement et avec la rédaction. Je m'assure que nos messages sont en phase avec les publics que nous souhaitons toucher. Je dois être à l'affût des tendances dans un domaine qui évolue très vite et réagir rapidement si besoin est. ■

FICHE MÉTIER

DIRECTEUR/DIRECTRICE PRODUIT NUMÉRIQUE

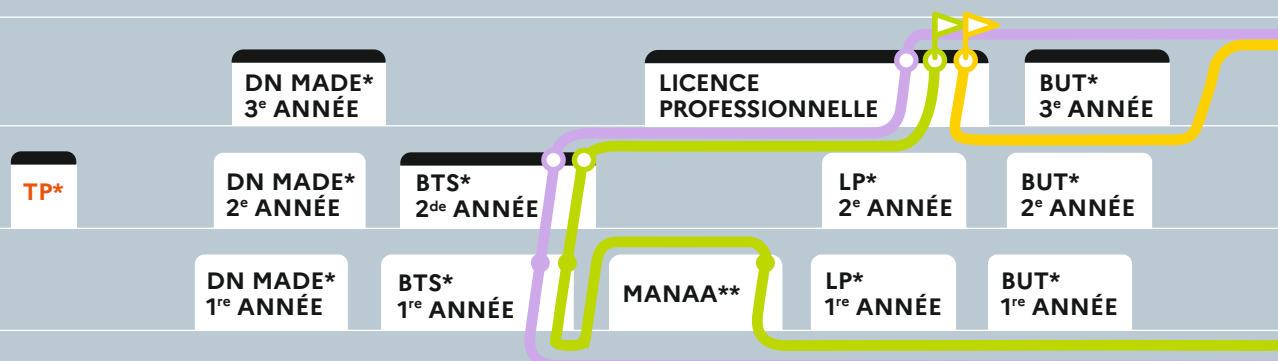
Formation : master création numérique ; diplôme d'école du numérique.

Qualités : créativité, curiosité, écoute. **Salaire débutant :** environ 5 800 € brut/mois (variable en fonction de la taille de l'équipe, des produits, du chiffre d'affaires, etc.).

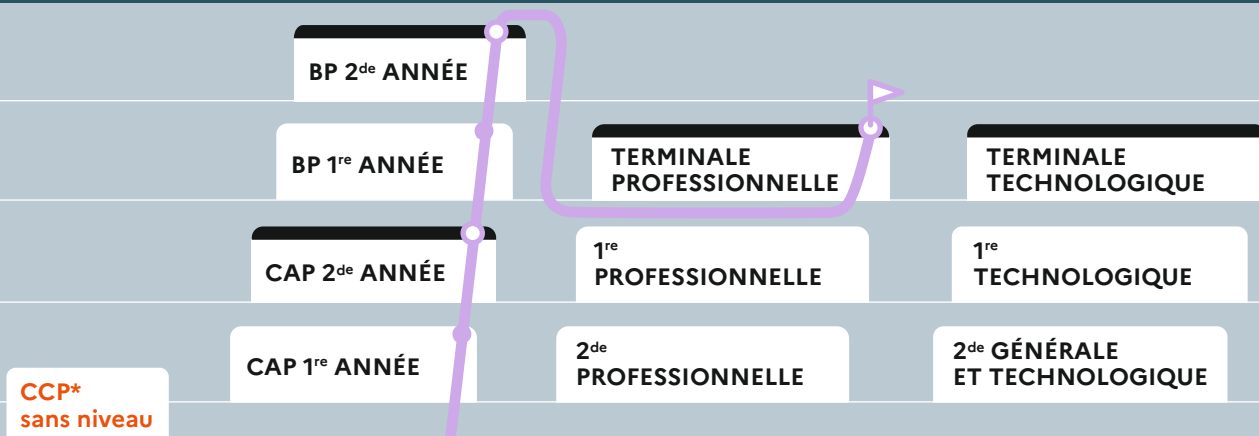
Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

À CHACUN ET CHACUNE SON PARCOURS

D'un bac professionnel au diplôme d'école de journalisme en passant par une licence, les parcours de Sébastien, Cécile, Jessica, Flavie et Arnaud en témoignent : de nombreux diplômes, obtenus à différents niveaux d'études, permettent d'exercer un métier de la presse d'information.



BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL



CLASSE



p. 20

Sébastien, 30 ans

Titulaire d'un bac professionnel du domaine commercial, Sébastien a d'abord travaillé comme vendeur dans le secteur de la distribution spécialisée. Après un passage par les métiers de la police, il a choisi de retourner à la vente en intégrant un journal dans sa région d'origine.



p. 21

Cécile, 27 ans

À l'issue d'un bac général, Cécile opte pour un BTS gestion de la PME et poursuit en licence pro commerce en alternance dans un groupe de la grande distribution. Par la suite, elle obtient un diplôme d'école supérieure de commerce, préparé en alternance à Ouest-France.

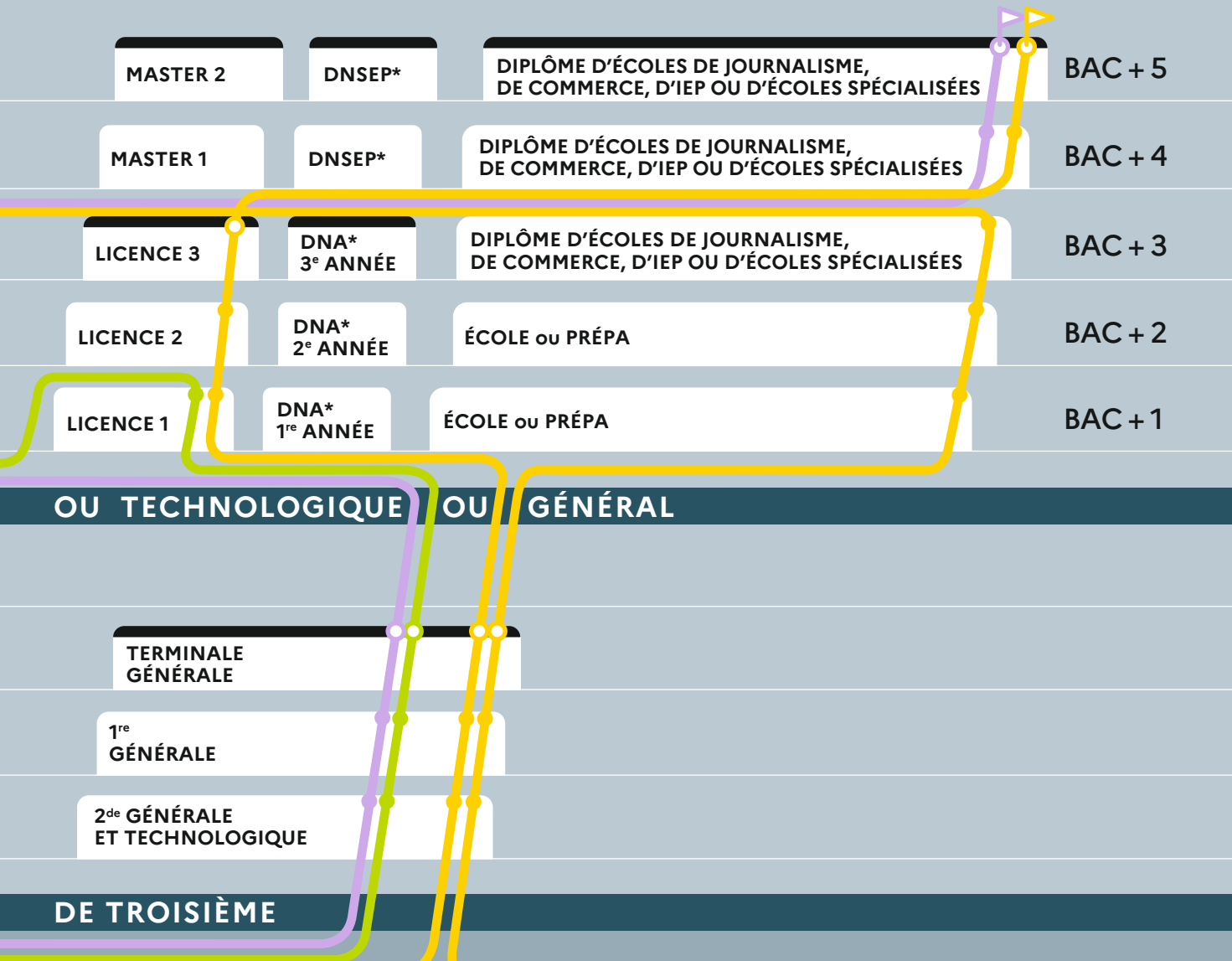


p. 16

Jessica, 30 ans

Après un bac général avec option arts plastiques, Jessica opte pour une licence d'anglais. Au bout de 1 an, elle change de voie et intègre une classe de MANAA** afin de poursuivre ses études dans le design. Elle prépare ensuite un BTS et une licence pro en design produit et graphisme.

POUR ALLER PLUS LOIN
www.onisep.fr
www.alliancepresse.fr



p. 7

Flavie, 24 ans

Après un bac général comportant une spécialité en sciences politiques, Flavie prépare une licence de science politique avec un parcours en journalisme. Elle poursuit ses études en master journalisme au sein d'une école reconnue par la profession (CFJ Lyon).



p. 11

Arnaud, 38 ans

Après un bac général, Arnaud entre en classe prépa économique, puis en école de commerce. 1 an après, il quitte l'école et travaille dans la presse comme correspondant local. 2 ans plus tard, cette expérience est un atout lorsqu'il intègre une école de journalisme pour une licence pro en métiers du journalisme.

LÉGENDE

* Retrouvez les déroulés des sigles des diplômes p. 29.

** MANAA (mise à niveau en arts appliqués).

ANNÉE D'EXAMEN

FORMATION CONTINUE



Dernier diplôme acquis ou en cours d'acquisition

LES DIPLÔMES DU SECTEUR

Bac professionnel, BUT, master... les diplômes adaptés sont nombreux. Un diplôme de niveau bac est le minimum requis pour les commerciaux, un niveau bac+2 ou +3 est généralement attendu pour les communicants et les publicitaires. Les journalistes sont recrutés de bac+3 à bac+5.

BAC PRO

Après la 3^e En 3 ans

En lycée professionnel ou en CFA*

Un bac professionnel du domaine commercial permet d'intégrer le secteur ou de poursuivre ses études, principalement en BTS.

→ Apprentissage possible.

■ Bac pro métiers du commerce et de la vente

BAC GÉNÉRAL OU TECHNOLOGIQUE



Après la 3^e En 2 ans

En lycée général et technologique

Un bac général mais aussi un bac technologique sont adaptés. Tous se préparent en vue d'une poursuite d'études.

BTS*

Après le bac En 2 ans

En lycée, en école ou en CFA*

Le BTS débouche directement sur l'emploi ou sur une poursuite d'études.

→ Apprentissage possible.

■ BTS communication

■ BTS négociation et digitalisation de la relation client (NDRC)

BUT*

Après le bac En 3 ans

En IUT*

Le BUT, dont le DUT* est une certification intermédiaire, correspond à un parcours universitaire de technologie. Il débouche sur l'emploi ou sur une poursuite d'études.

→ Apprentissage possible.

■ ■ BUT infocom parcours journalisme

■ ■ BUT infocom parcours communication des organisations

■ BUT infocom parcours publicité

■ BUT métiers du multimédia et de l'Internet (parcours stratégie de communication numérique et design d'expérience)

■ BUT techniques de commercialisation

■ BUT techniques de commercialisation parcours stratégie de marque et événementiel

DNA*

Après le bac ou une classe préparatoire aux écoles d'art

En 3 ans

En école d'art

Le DNA débouche directement sur l'emploi ou sur une poursuite d'études.

→ Apprentissage possible.

■ DNA option communication

■ DNA option design

DN MADE*

Après le bac En 3 ans

En école, en lycée ou en CFA*

Le DN MADE débouche directement sur l'emploi ou sur une poursuite d'études.

→ Apprentissage possible.

■ DN MADE mention graphisme

LP*

Après le bac, un bac+1 ou un bac+2

En 1, 2 ou 3 ans

À l'université, en école, en lycée ou en CFA*

Les LP permettent de se spécialiser ou d'acquérir une double compétence. Elles débouchent sur l'emploi ou une poursuite d'études.

→ Apprentissage possible.

■ LP métiers de la communication : événementiel

■ ■ LP métiers de l'information : métiers du journalisme et de la presse

■ LP métiers du numérique : conception, rédaction et réalisation Web

LICENCE



Après la 3^e En 3 ans

À l'université

À l'université, les études commencent par la licence et se poursuivent en master (2 ans) ou en licence professionnelle. Les mentions adaptées sont nombreuses, en particulier dans les sciences humaines (lettres, histoire...) et économiques. La mention information-communication, par exemple, propose des parcours en journalisme ou communication.

DNSEP*

Après un DNA ou un diplôme de niveau bac+3 en art

En 2 ans

En école d'art

Le DNSEP débouche directement sur l'emploi.

■ DNSEP option communication

■ DNSEP option design

MASTER

Après une licence En 2 ans

À l'université

Plusieurs mentions conviennent et la spécialisation s'effectue en choisissant un des nombreux parcours. Par la suite, il est possible de s'orienter vers la recherche en préparant une thèse de doctorat (bac+8).

→ Apprentissage possible.

■ ■ Master communication des organisations

- Master création numérique
- ■ ■ Master information-communication (parcours journalisme ou parcours en communication selon le métier visé)
- Master information et médiation scientifique et technique
- ■ ■ Master journalisme
- Master marketing, vente

DIPLÔME D'ÉCOLE DE JOURNALISME



Après un bac+2 ou un bac+3

En 2 ou 3 ans

Les écoles de journalisme reconnues délivrent des diplômes de niveau bac+5 inscrits au RNCP*. Accès sur concours. Durées et coûts variables.

DIPLÔME D'IEP*



Après le bac En 5 ans

Après un bac+2 En 3 ans

Les IEP proposent des formations spécialisées en journalisme. Possibilité de suivre la totalité du cursus (5 ans) ou de rejoindre le cycle master (2 ans) avec un bac+3.

DIPLÔME D'ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE



Après le bac En 3 ans

Après un bac+2 En 3 ans

Les écoles supérieures de commerce proposent des spécialisations, comme le management, la gestion, les achats, les ressources humaines ou la communication, qui intéressent le secteur.

→ Apprentissage possible.

DIPLÔME D'ÉCOLE SPÉCIALISÉE



Après le bac En 3 à 5 ans

Après un bac+2 En 2 ou 3 ans

Il existe des écoles spécialisées privées en communication, en audiovisuel, en marketing digital, en publicité, en numérique, en graphisme, en journalisme. Parmi les écoles privées hors contrat, certaines délivrent des titres inscrits au RNCP*, attestant d'un niveau de qualification atteint par les diplômés.

→ Plus d'informations sur les diplômes sur www.onisep.fr.

EN FORMATION CONTINUE

CCP*

Créés et délivrés par des branches professionnelles, les CCP valident l'acquisition de compétences liées à un métier. De niveau ou de durée variables, ils sont enregistrés au RNCP*.

■ CCP interbranche éduquer aux médias et à l'information

TP*

Les TP, accessibles aussi bien aux femmes qu'aux hommes du secteur, valident l'acquisition de compétences et de connaissances dans des activités professionnelles qualifiées et sont délivrés par le ministère chargé du Travail.

■ TP graphiste

Journalisme : les 15 écoles reconnues

Ces formations reconnues par la profession facilitent l'insertion. Attention, l'entrée est parfois conditionnée à la réussite d'épreuves ou d'un concours très sélectif, souvent passés par des candidats ayant un niveau supérieur à celui exigé.

- **EJ DG** (École de journalisme de Grenoble), université Grenoble Alpes, Échirolles (38)
- **EJ T** (École de journalisme de Toulouse), Toulouse (31)
- **EPJT** (École publique de journalisme de Tours), IUT de Tours (37)
- **ESJ Lille** (École supérieure de journalisme de Lille), Lille (59)
- **IFP** (Institut français de presse), université Panthéon-Assas, Paris (75)
- **IJBA** (Institut de journalisme de Bordeaux Aquitaine), université Bordeaux Montaigne, Bordeaux (33)
- **IPJ** (Institut pratique du journalisme), université Paris Dauphine, Paris (75)
- **IUT de Lannion**, université de Rennes 1, Lannion (22)
- **IUT Nice Côte d'Azur**, site de Cannes, université Côte d'Azur (06)
- **Sciences Po**, campus de Paris (IEP)
- **Celsa** (École des hautes études en sciences de l'information et de la communication), Sorbonne Université, Neuilly-sur-Seine (92)
- **CFJ** (Centre de formation des journalistes), Paris (75)
- **CUEJ** (Centre universitaire d'enseignement du journalisme), université de Strasbourg, Strasbourg (67)
- **CY Cergy Paris Université** (95)
- **EJ CAM** (École de journalisme et de communication de la Méditerranée), Marseille (13)

Familles de métiers

- PRODUCTION D'INFORMATION
- MISE EN FORME DES CONTENUS
- MARKETING ET VENTE
- COMMUNICATION ET NUMÉRIQUE

* Déroulé des sigles

BTS : brevet de technicien supérieur
 BUT : bachelor universitaire de technologie
 CCP : certificat de compétences professionnelles
 CFA : centre de formation d'apprentis
 DN MADE : diplôme national des métiers d'art et du design
 DNA : diplôme national d'art
 DNSEP : diplôme national supérieur d'expression plastique
 DUT : diplôme universitaire de technologie
 IEP : institut d'études politiques
 IUT : institut universitaire de technologie
 LP : licence professionnelle
 RNCP : répertoire national des certifications professionnelles
 TP : titre professionnel

8 QUESTIONS/RÉPONSES

Comment choisir sa formation et construire son parcours pour intégrer la presse d'information générale ? Pour accéder à quels emplois ? Peut-on se former en apprentissage ? Des experts répondent à vos questions.

1 COMMENT REJOINDRE LE SECTEUR AVEC UN BTS ?

Le BTS forme des professionnels de terrain. Pour se roder aux techniques spécifiques de la presse, les périodes en entreprise sont indispensables. Marie-Ange Duret, chargée des relations entreprises au CFA consulaire des compétences interprofessionnelles drômoises, explique : « Le BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client) forme les jeunes à la relation commerciale, et notamment à l'aspect prospection, dans tous les secteurs d'activité. C'est un BTS à compétences larges. Les stages ou les périodes en entreprise permettent aux jeunes de découvrir un secteur d'activité et parfois de se spécialiser. Avant de choisir un domaine en particulier, il faut enquêter, poser des questions autour de soi, peut-être faire un job d'été car les entreprises privilégient les apprentis qu'elles peuvent garder pendant 2 ans. »

77 % de réussite
au BTS NDRC en 2024.

Source : RERS 2025.

3 LE STAGE : UN PASSAGE OBLIGÉ ?

« Les stages sont obligatoires en BUT parcours journalisme. Ils permettent aux étudiants de mettre en pratique ce qu'ils ont appris en cours. Il faut les valider grâce à une note déterminée conjointement avec le maître de stage, et à une soutenance concernant un sujet rencontré en entreprise », rappelle Philippe Gestin. En 1^{re} année, il est demandé de faire 4 semaines de stage en presse locale ou régionale. En 2^e année, c'est 8 semaines en fonction de son projet professionnel, puis 12 semaines en 3^e année. Ce dernier stage fait l'objet d'un mémoire soutenu pendant 1 heure à l'oral. « Les étudiants ont un tuteur dans l'établissement pour les guider, tant pour leur mémoire que dans la recherche de stages », poursuit l'enseignant de l'IUT de Lannion.

2 QU'APPREND-ON EN BUT INFOCOM ?

Le BUT information-communication se prépare en 3 ans en IUT. Il compte cinq parcours au choix. Le parcours communication des organisations forme des spécialistes de la communication des entreprises, tandis que le parcours journalisme est une des 15 formations reconnues par la profession. Attention, c'est un cursus très sélectif. L'IUT de Lannion a reçu 2 407 candidatures pour 29 places en 2024. « La formation s'articule autour de cours magistraux (sociologie, économie, droit de la presse, histoire des médias, linguistique) et de travaux pratiques d'écriture journalistique (reportage, portrait, etc.). Les 2 premières années sont assez généralistes et permettent de découvrir les différents aspects du métier. En 3^e année, les étudiants choisissent une option : presse et Web, télévision, radio. Des réalisations pratiques et des stages complètent la formation », explique Philippe Gestin, journaliste et enseignant à l'IUT de Lannion.

4 LE DN MADE MENTION GRAPHISME : POUR QUI ?

Le DN MADE s'appuie sur un socle d'enseignements fondamentaux et méthodologiques, ainsi que sur des ateliers de création et de pratiques créatives en design et métiers d'art. La mention graphisme forme à la conception et à la réalisation de supports de communication, que ce soit pour l'édition (livre, presse, Internet), avec un parcours spécifique, ou pour les entreprises (identité visuelle, emballage, supports institutionnels, affiches...), avec le parcours communication. « La formation est particulièrement adaptée aux bacheliers STD2A (sciences et technologies du design et des arts appliqués) faisant preuve d'autonomie, de curiosité, d'assiduité, précise Wilfried Lapostolle, du lycée Édouard Branly d'Amiens. Les étudiants doivent aller plus loin que ce qui est fait en classe et s'impliquer dans la réalisation de projet dans leurs entreprises d'accueil en stage ou en apprentissage. »

5 L'APPRENTISSAGE, QUELS AVANTAGES?

L'apprentissage permet de préparer un diplôme, à tous les niveaux de formation, moitié en entreprise, moitié en classe, tout en percevant une rémunération. Une formule qui séduit les étudiants du secteur de la presse. « Nous recevons chaque année une centaine d'apprentis dans toutes les catégories de métiers, que ce soit en rédaction, marketing, numérique, vente... explique Mathilde Colas, membre de la direction des ressources humaines de Ouest-France. 33 % de nos stagiaires et apprentis restent chez nous après leur contrat de formation, d'autres reviennent plus tard quand un poste se libère. » Formés en partie en entreprise, les jeunes ont l'occasion de faire leurs preuves et de nouer des contacts précieux pour trouver un emploi par la suite. L'apprentissage constitue en outre une expérience professionnelle à mettre en valeur sur son CV.

7 COMMENT ACCÈDE-T-ON AUX ÉCOLES DE JOURNALISME?

15 établissements (écoles ou universités) reconnus par la profession délivrent des formations de journaliste. Ce sont des filières très sélectives, accessibles directement après le bac via un recrutement national sur dossier, test et entretien pour le BUT information-communication parcours journalisme délivré par l'IUT de Lannion et celui de Nice Côte d'Azur, situé à Cannes. L'École de journalisme de Toulouse recrute après un diplôme de niveau bac+2, tandis que les autres demandent un bac+3. Il s'agit d'un minimum requis, et beaucoup de candidats se présentent avec un niveau plus élevé. À noter que beaucoup de journalistes viennent d'autres cursus comme histoire, lettres, économie, droit, sciences politiques... complétés (ou non) par un master en journalisme ou en information-communication. Le passage par un IEP (institut d'études politiques) est également fréquent. Il existe enfin de nombreuses écoles de journalisme privées, de valeur inégale. Avant de s'inscrire, bien se renseigner sur les professeurs, les enseignements et leurs reconnaissances, les stages, les débouchés, etc.

6 MASTER MARKETING, VENTE: POUR QUELS MÉTIERS?

Les masters en marketing (mercatique) ou en vente s'attachent à former des étudiants qui pourront s'insérer dans différents secteurs d'activité, notamment la presse d'information, pour la vente d'espaces publicitaires ou l'élaboration d'une stratégie marketing, y compris digitale. À l'IAE de Bordeaux, le master marketing et communication recrute des étudiants en économie-gestion. « À partir de leur socle de compétences, on leur enseigne le marketing en 1^{re} année avant d'aborder la communication et les médias en M2, explique Juliette Ducros-Passebois, enseignante et responsable pédagogique du master. La formation est volontairement généraliste pour qu'ils puissent s'insérer dans tous les secteurs en tant que responsables communication, chefs de publicité, gestionnaires des réseaux sociaux, etc. D'autres se lancent dans l'entrepreneuriat en créant leur agence. Dans tous les cas, ils sont armés pour travailler dans la presse, notamment en régie publicitaire. »

38 universités proposent la mention marketing, vente.

Source : monmaster.gouv.fr.

8 QUEL DIPLÔME POUR LES JOURNALISTES SPORTIFS?

L'ESJ Lille, en partenariat avec l'université de Lille, propose une licence journalisme de sport, accessible sur concours à bac+2. D'autres écoles reconnues proposent dans leurs cursus des modules consacrés au journalisme sportif et permettent de réaliser des stages dans de grands médias sportifs. Il existe également des écoles privées, non reconnues, qui proposent des spécialisations en sport. Se renseigner sur la reconnaissance du diplôme, le coût, les stages proposés, le cursus et l'insertion avant de postuler.

MON TOP 3 DES MÉTIERS

1 MON PROFIL

J'établis mon profil professionnel en cochant les cases qui me correspondent.

MES PRÉFÉRENCES: J'AIMERAIS...

- Travailler: seul/seule ☐ en équipe ☐
- Avoir des horaires: fixes ☐ souples ☐
- Passer mes journées: en atelier ☐ en laboratoire ☐ en bureau ☐ en extérieur ☐
- Exercer une pratique plutôt: technique ☐ manuelle ☐ intellectuelle ☐
- Travailler dans: une petite ou moyenne entreprise ☐ un grand groupe ☐

MES QUALITÉS: LES 3 QUI ME CARACTÉRISENT...

- | | | | |
|---|--|---|------------------------------------|
| ☐ Adaptabilité | ☐ Diplomatie | ☐ Force de persuasion | ☐ Patience |
| ☐ Aisance relationnelle | ☐ Écoute | ☐ Méthode | ☐ Pédagogie |
| ☐ Autonomie | ☐ Empathie | ☐ Minutie | ☐ Persévérance |
| ☐ Créativité | ☐ Esprit de synthèse | ☐ Organisation | ☐ Polyvalence |
| ☐ Curiosité | ☐ Esprit logique | ☐ Passion | ☐ Rigueur |

MON PROJET DE FORMATION: JE ME PROJETTE DANS...

- Des études: courtes (CAP, bac pro) ☐ longues (bac+2 à bac+5) ☐
- Une formation: par la voie scolaire ☐ en apprentissage ☐ indifférent ☐

2 MA SÉLECTION DE MÉTIERS

J'inscris dans le tableau ci-dessous les 5 métiers qui ont le plus attiré mon attention au fil de ma lecture. En consultant les fiches métiers en bas des portraits, j'évalue à quel degré ces spécialités correspondent à mon profil (♥ un peu, ♥♥ beaucoup, ♥♥♥ complètement). Nous avons rempli un exemple!

Métier qui m'a plu	Il correspond à mes préférences	Il correspond à mes qualités	Il correspond à mon projet de formation	Total de ♥
Graphiste	♥♥♥	♥♥	♥♥♥	8
...				

3 MON TOP 3

Je sélectionne les 3 métiers qui ont obtenu le plus de ♥ dans le tableau ci-dessus. En face de chacun d'eux, j'inscris le projet de formation correspondant. À moi maintenant de me renseigner davantage sur ces métiers!

	Métier envisagé	Diplômes requis
1		
2		
3		

Dans la vie, il y a ceux qui **commentent** et ceux qui **créent l'info.**

Journalistes, data scientists, UX designers,
experts IA... dans la presse d'information
générale nous avons une mission essentielle :
**garantir une information vérifiée,
pluraliste et indépendante.**

**Rejoindre la presse d'information,
c'est choisir un métier qui compte.**



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité

 **ONISEP**

ZOOM SUR LES MÉTIERS **DE LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE**

Grâce aux journaux de la presse d'information générale, nous sommes informés de ce qui se passe autour de nous et au-delà. Ces médias traitent des événements de la vie locale, nationale, internationale dans tous les domaines : culturel, social, politique, économique... La presse d'information rend compte de l'état de notre société et contribue au débat démocratique, que ce soit en version papier ou numérique. Les hommes et les femmes travaillant dans ce secteur s'engagent à délivrer une information fiable et vérifiée.

Quels métiers y exerce-t-on ? Quel est le quotidien des 16130 personnes qui y travaillent ? Quelles sont les opportunités pour les jeunes ? Comment y évolue-t-on ? Quelles sont les formations pour s'insérer ?

Largement illustré, ce « Zoom » propose une information synthétique sur un secteur qui recrute. Il fait découvrir les métiers via les témoignages de celles et ceux qui les exercent. Au travers de leurs parcours, parfois atypiques, il livre les clés des stratégies d'orientation possibles.

Ce guide aidera les jeunes à se projeter dans leur vie professionnelle et à trouver leur voie. Pour les équipes éducatives, c'est une ressource utile à la découverte métiers au collège et au parcours Avenir des élèves, au collège et au lycée, ainsi qu'à l'orientation des étudiants et des étudiantes.

DANS CE NUMÉRO

EMPLOI

Questions/Réponses

De quoi parle-t-on ?
Quels débouchés pour les jeunes ?
Comment faire carrière ?
Et les métiers demain ?

PORTRAITS DE PROS

Production d'information
Mise en forme des contenus
Marketing (mercatique) et vente
Communication et numérique

FORMATIONS

À chacun et chacune son parcours
Les diplômes du secteur
Questions/Réponses

QUIZ

Mon top 3 des métiers

Cette publication a été réalisée
en collaboration avec :



librairie.onisep.fr

ISBN 978-2-273-01764-0



4,90€

9 782273 017640