



MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR

*Liberté
Égalité
Fraternité*

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE DE CHARGE DE COMMUNICATION DE SECURITE INTERIEURE - REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION -

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
I- Élaborer une stratégie de communication mettant en œuvre la politique de communication d'une direction ou service exerçant des missions de sécurité intérieure.			
I-A : Conseiller et assister son chef de service dans la déclinaison territoriale ou spécialisée des axes de communication de sa direction générale.	<ul style="list-style-type: none"> – Maîtriser la doctrine générale de communication de sa direction générale, des doctrines spécialisées (exemple : communication via les réseaux sociaux) et de toutes les fiches réflexes associées. – Identifier les besoins et les enjeux en termes de communication interne ou externe du service employeur par des échanges réguliers et directs avec le chef de service dirigeant. 	<p><u>Par la voie de la formation :</u> Mise en situation professionnelle reconstituée :</p> <p>À partir d'une situation professionnelle reconstituée, intégrant une demande, un enjeu et/ou un besoin de communication : rédaction d'une fiche « Élaboration d'une</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des enjeux de la communication (interne et externe) pour la direction générale dans un contexte professionnel étudié – Pertinence de la stratégie de communication retenue : (item éliminatoire si non acquis)

	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les possibilités locales ou spécialisées offertes par le service permettant de décliner les axes de communications de sa direction générale – Alerter et conseiller les autorités hiérarchiques sur les retombées médiatiques d’une opération de police ou sur la naissance d’une polémique médiatique. – Proposer un plan d’actions comportant différentes options d’actions argumentées et déclinées en avantages/ inconvénients/ évolutions possibles / risques et moyens mis en œuvre – Déterminer pour chaque action de communication proposée : l’opportunité d’action de communication, de son mode, de sa forme, de son fond, du ou des médias choisis et de sa temporalité. – Identifier et proposer les personnes pouvant le plus efficacement porter la parole de l’institution dans le cadre d’une action de communication définie, eu égard au contexte et à la thématique traitée 	<p>stratégie de communication et éléments de langages » à destination du chef de service ou d’un porte-parole désigné par le service.</p> <p>Par la voie de la VAE : Elaboration d’un plan de communication annuelle adaptée aux spécificités de son service d’emploi</p>	<ul style="list-style-type: none"> * décision de communiquer * arguments évoqués auprès des autorités hiérarchiques * qualité du plan de communication et des différentes hypothèses proposées * délais de réactivité / gestion du timing pertinence des modes de communication * choix des médias retenus - Pertinence de l’identification de la ou des personnes pouvant porter la parole de l’Institution représentée – Véracité des éléments de fond retenus (item éliminatoire si non acquis). – Pertinence des éléments de fond retenus eu égard à la stratégie de communication décidée (item éliminatoire si non acquis) – Consistance des éléments de fond retenus eu égard à la problématique nationale ou
<p>I-B : Établir un plan de communication local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifie les cibles prioritaires de communication interne et externe eu égard aux enjeux et objectifs du service. – Proposer la réalisation d’actions de communication externe, visant par exemple : <ul style="list-style-type: none"> • à faciliter l’intervention de services de 		

	<p>police ou de secours,</p> <ul style="list-style-type: none"> • à rassurer la population, • à informer la population ou à réaliser une action de prévention, • ou à faire taire les contre-vérités de nature à impacter l'ordre public, la sécurité des personnes et porter indûment atteinte à l'image, à l'honneur, aux valeurs ou aux intérêts de l'institution représentée. <p>– Proposer des actions de communication interne visant à diffuser :</p> <ul style="list-style-type: none"> • toutes les informations institutionnelles non opérationnelles (dévolues aux services de transmissions), • les informations nécessaires à l'interconnaissance des actions des agents, • à la promotion des bonnes pratiques, • ou à la correction de dysfonctionnement. <p>– Coordonner, mettre en œuvre et/ou suivre les actions retenues dans le plan de communication et impliquant d'autres agents de son service.</p> <p>– Sensibiliser, informer ou former les agents de son service devant participer à une action de communication.</p> <p>– Accompagner et conseiller les agents de son service devant participer à une action de</p>		<p>locale</p> <p>– Lisibilité et accessibilité pour l'autorité destinataire de la fiche</p> <p>Pour valider le bloc de compétences « Déterminer une stratégie de communication et éléments de langage », deux conditions cumulatives doivent être remplies :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valider au moins 4 des 7 critères visés - Valider les 3 critères obligatoires (Pertinence de la stratégie de communication retenue, / véracité des éléments de fond retenus / pertinence des éléments de fond retenus eu égard à la stratégie de communication décidée).
--	--	--	---

	<p>communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Décliner et veiller au respect de la charte graphique institutionnelle dans toutes les communications écrites internes et externes, quel que soit leur mode de diffusion. 		
<p>I-C : Participer à l’animation du réseau des chargés de communication de sa direction d’emploi ou du ministère de l’intérieur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Participer aux échanges sur les forums de discussion du réseau des chargés de communication du campus numérique de sa direction générale. – Analyser sa pratique et participer à la réflexion collective à partir des sujets ou retour d’expériences proposés par les membres du réseau des chargés de communication. – Intégrer les groupes de travail planifiés lors des séminaires annuels de regroupement des chargés de communication de sa direction d’emploi et représenter sa structure. – Présenter des actions ou projets réalisés ou en cours et les proposer à l’analyse et à la réflexion de ses pairs. 		
<p>I-D : Répondre aux sollicitations des médias locaux et nationaux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les médias locaux ou nationaux et leurs principaux acteurs et organiser des temps de rencontre et d’échange permettant une interconnaissance et une appropriation collective du contexte local de l’activité des médias et d’exercice des missions de sécurité intérieure. 		

	<ul style="list-style-type: none"> – Créer un répertoire des correspondants locaux des médias présents sur les lieux d'exercice de la fonction. – Gérer les relations avec la presse et les médias locaux. – Produire du contenu rédactionnel à destination des médias (communiqués de presse, dossiers de presse, fiche de presse) – Accueillir et accompagner localement les médias locaux ou nationaux (en substitution et en délégation du service national de coordination de la direction générale si celui-ci ne se déplace pas). 		
<p>I-E : Proposer une stratégie de communication adaptée à la gestion d'une situation de crise en matière de sécurité intérieure.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Rechercher et collecter toutes les informations factuelles, opérationnelles et contextuelles relatives à la situation de crise en cours. – Organiser et formaliser une remontée d'information rapide, régulière et fiable vers le service national de coordination de la communication de sa direction générale. – Alerter et conseiller les autorités hiérarchiques sur les retombées médiatiques d'une opération de police ou sur la naissance d'une polémique médiatique. – Proposer un plan d'action comportant différentes options d'actions argumentées et déclinées en avantages/ inconvénients/risques et 		

	<p>moyens mis en œuvre.</p> <ul style="list-style-type: none">– Identifier et coordonner son action avec les chargés de communication des institutions partenaires impliquées dans la gestion d'un événement impliquant la sécurité intérieure (Ministère, Préfecture, Justice, service de santé et de secours...).– Mettre en œuvre les stratégies d'action retenues par l'autorité administrative fonctionnelle en charge de la gestion de l'événement.– S'approprier et diffuser en externe et en interne, selon les moyens les plus efficaces, la stratégie de gestion de la communication et les éléments de langage validés (selon l'événement : par le ministère, la direction générale, la préfecture, le chef de circonscription ou de service).– Encadrer et accompagner la présence des médias présents sur les lieux de l'événement en coordination avec le chef des opérations de police ou de secours de manière à leur offrir des conditions d'exercice de leur action sécurisantes pour eux-mêmes, pour les personnes impliquées et pour l'opération en cours.– Proposer et organiser un point de regroupement– Proposer et organiser des points presse		
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Proposer des moyens de communication dédiés aux médias présents en créant des mail-listes, des groupes d’envois spécifiques et mettre à disposition une ligne téléphonique spécifique. – Organiser un tour d’images permettant une relation des faits respectueuses des victimes et des opérations de sécurité en cours ou proposer la mise à disposition d’images réalisées à cet effet. 		
<p>II- Réaliser des infographies destinées à intégrer une action de communication interne ou externe d’une direction ou service exerçant des missions de sécurité intérieure.</p>			
<p>II-A : Analyser la demande ou le besoin infographique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Réaliser un entretien d’analyse de la demande auprès du commanditaire de l’infographie (service d’enquête, chef de service ...) ou du besoin du chef de service – Proposer une action de communication ayant pour support une réalisation infographique (contexte, public visé, objectif visé, moyens de diffusion, modes de réalisation, délai et durée de mise en œuvre) – Présenter un projet argumenté et détaillé de réalisation infographique (coût, délai de réalisation, moyens engagés, brief créatif) 	<p><u>Par la voie de la formation :</u> Réalisation, à l’issue de la formation et dans un délai de 2 ans, <u>de trois photographies</u>, destinées à intégrer une action de communication, et accompagnées pour chacune d’une fiche individuelle précisant le contexte de la commande, les moyens de production, et les moyens de diffusion utilisés.</p> <p>Les photos doivent être en format JPEG, avoir une taille en 1024 X 768 px et doivent contenir leurs données EXIF</p> <p>L’acquisition du bloc de</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Qualité de l’exposé du projet photographique dans la fiche accompagnant la photo : <ul style="list-style-type: none"> * contexte de la commande * adaptation de la solution proposée à l’objectif poursuivi et au public visé * adaptation des choix matériels effectués – Qualité de la mise au point du sujet (focus et vitesse adaptée) – Cohérence de l’exposition (triangle d’exposition) – Respect des règles de cadrage :
<p>II-B : Réaliser techniquement une infographie</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les ressources graphiques, visuelles, photographiques nécessaires à la réalisation de l’infographie (photos, logos, images, fonds, formes, graphiques...) 		

	<p>– Collecter et sélectionner toutes les données, informations et mentions validées et nécessaires à la réalisation de l’infographie.</p> <p>– Identifier les moyens et techniques nécessaires et adaptés à l’objectif poursuivis, aux délais et aux moyens alloués.</p> <p>– Procéder à la réalisation technique de l’infographie en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intégrant les règles de base de la création infographique, • Veillant à l’équilibre général de la composition, • Veillant à la qualité des ressources, à la visibilité des titrages et au respect des droits d’auteurs, • Respectant la charte graphique de sa direction générale. <p>– Proposer l’infographie à la validation.</p> <p>– Effectuer les éventuels correctifs sollicités.</p>	<p>compétence photo implique la validation des 3 photographies proposées.</p> <p>La validation de chaque photographie implique que toutes les compétences évaluées soient acquises.</p> <p><u>Par la voie de la VAE :</u></p> <p>Production d’un book d’au moins 12 photographies accompagnées d’une notice explicative précisant le contexte de la commande, les moyens de production, et les moyens de diffusion utilisés.</p> <p>Les photos doivent être en format JPEG, avoir une taille en 1024 X 768 px et doivent contenir leurs données EXIF</p> <p>- L’acquisition du bloc de compétence photo implique la validation des 12 photographies proposées à la validation.</p> <p>- La validation de chaque photographie implique que toutes les compétences évaluées soient acquises.</p>	<p>*des tiers</p> <p>*des points et des lignes de force</p> <p>*de la plongée ou de la contre-plongée</p> <p>*du sens de lecture de la photographie</p> <p>– Compréhension de « l’histoire » racontée par la photographie</p> <p>– Maîtrise des techniques photographiques sollicitées (ex : effet de profondeur de champs, etc.)</p> <p>– Qualité de la construction de l’image avec avant et arrières plans</p>
--	---	---	---

III-Réaliser des photographies destinées à intégrer une action de communication interne ou externe d'une direction ou service exerçant des missions de sécurité intérieure.

<p>III-A : Analyser la demande ou le besoin photographique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Réaliser un entretien d'analyse de la demande auprès du commanditaire de la photographie (service d'enquête, chef de service ...) ou du besoin du chef de service – Identifier le contexte de la prise de vue et ses particularités techniques – Proposer une action de communication ayant pour support une réalisation photographique (contexte, public visé, objectif visé, support intégrant la photographie, modes de réalisation, délai et durée de mise en œuvre) – Présenter un projet argumenté et détaillé de réalisation photographique (lieu de réalisation, délai, moyens et effectifs engagés) 	<p><u>Par la voie de la formation :</u> Réalisation, à l'issue de la formation et dans un délai de 2 ans, <u>de trois photographies</u>, destinées à intégrer une action de communication, et accompagnées pour chacune d'une fiche individuelle précisant le contexte de la commande, les moyens de production, et les moyens de diffusion utilisés.</p> <p>Les photos doivent être en format JPEG, avoir une taille en 1024 X 768 px et doivent contenir leurs données EXIF</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Qualité de l'exposé du projet photographique dans la fiche accompagnant la photo : <ul style="list-style-type: none"> * contexte de la commande * adaptation de la solution proposée à l'objectif poursuivi et au public visé * adaptation des choix matériels effectués – Qualité de la mise au point du sujet (focus et vitesse adaptée) – Cohérence de l'exposition (triangle d'exposition)
<p>III-B : Réaliser une prise de vue photographique</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les moyens techniques adaptés à la prise de vue réalisée dans un contexte professionnel et un objectif précis (boîtier, objectifs, accessoires ou autres moyens de captation, tenue et protections particulières liées au lieu et au contexte d'intervention : tenue, gilet par balle, casque, moyens de défense) – Intégrer les principes légaux du respect de la vie privée et du droit à l'image qui en découle 	<p>L'acquisition du bloc de compétence photo implique la validation des 3 photographies proposées.</p> <p>La validation de chaque photographie implique que toutes les compétences évaluées soient acquises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Respect des règles de cadrage : <ul style="list-style-type: none"> *des tiers *des points et des lignes de force *de la plongée ou de la contre-plongée *du sens de lecture de la photographie – Compréhension de

- Procéder à la réalisation technique de la prise de vue en intégrant :
 - Les exigences de mise au point
 - Les règles de cadrage
 - Les conditions de luminosité et l'exposition
 - Le positionnement et le mouvement du ou des sujets
 - Les particularités de l'environnement
 - Les contraintes opérationnelles et légales d'accès au lieu de la prise de vue (lieu présentant un risque ou un danger, zone à accès restreint, lieu public ou privé).
- Proposer une photographie dont la taille et le format seront adaptés au mode de diffusion.
- Retoucher les images et adapter leur taille, poids ou format afin d'en optimiser l'adaptation au support, au moyen de diffusion et à l'objectif de communication visé.
- Proposer les clichés photographiques à la validation.
- Effectuer les éventuels correctifs sollicités.

Par la voie de la VAE :

- Production d'un book d'au moins 12 photographies accompagnées d'une notice explicative précisant le contexte de la commande, les moyens de production, et les moyens de diffusion utilisés.
- Les photos doivent être en format JPEG, avoir une taille en 1024 X 768 px et doivent contenir leurs données EXIF
- L'acquisition du bloc de compétence photo implique la validation des 12 photographies proposées à la validation.
 - La validation de chaque photographie implique que toutes les compétences évaluées soient acquises.

« l'histoire » racontée par la photographie

- Maîtrise des techniques photographiques sollicitées (ex : effet de profondeur de champs, etc.)
- Qualité de la construction de l'image avec avant et arrières plans

IV- Réaliser une vidéo destinée à intégrer une action de communication interne ou externe.

<p>IV-A : Analyser la demande ou le besoin en termes de production vidéo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Réaliser un entretien d’analyse de la demande auprès du commanditaire de la vidéo ou d’analyse du besoin du chef de service. – Identifier le contexte de la prise de vue et ses particularités techniques. – Proposer une action de communication ayant pour support une réalisation vidéo (contexte, public visé, objectif visé, support intégrant la vidéo, modes de réalisation, délai et durée de mise en œuvre). – Présenter un projet argumenté et détaillé de réalisation vidéo (lieu de réalisation, délai, moyens et effectifs engagés). 	<p><u>Par la voie de la formation :</u> Réalisation, à l’issue de la formation et dans un délai de 2 ans, du montage d’une vidéo destinée à être intégrée à une action de communication interne ou externe, et accompagnée d’une fiche individuelle précisant le contexte de la commande, les conditions de tournage, de réalisation et de montage, les moyens de production, les moyens de diffusion utilisés et l’action de communication à laquelle elle sera intégrée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Qualité de l’argumentation de la fiche d’accompagnement de la vidéo à la validation : <ul style="list-style-type: none"> * explication du contexte * adéquation à l’objectif poursuivi et au public visé * brief créatif à l’origine de la création * adaptation au support de diffusion) – Qualité de l’écriture du film (pich, scénario, narration vidéo) – Respect des règles de base du cadrage
<p>IV-B : Réaliser des prises de vue vidéo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier les moyens techniques adaptés à la prise de vue réalisée dans un contexte professionnel et un objectif précis (Caméras, smartphone, objectifs, accessoires ou autres moyens de captation vidéo ou sonore, tenue et protections particulières liées au lieu et au contexte d’intervention : tenue, gilet par balle, casque, moyens de défense) – Intégrer les principes légaux du respect de la vie privée et du droit à l’image qui en découle. – Procéder à la réalisation technique de la prise de vue en intégrant : 	<p><u>Par la voie de la VAE :</u> Présentation de 2 réalisations vidéo accompagnées pour chacune d’une fiche individuelle précisant le contexte de la commande, les conditions de tournage, de réalisation et de montage, les moyens de production, les moyens de diffusion utilisés et l’action de communication à laquelle elle sera intégrée et de tout</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Qualité / efficience des axes de prise de vue – Qualité des images – Qualité du découpage technique – Qualité des transitions – Qualité des sources importées

	<ul style="list-style-type: none"> • Les exigences de mise au point • Les règles de cadrage • Les conditions de luminosité et l'exposition • Le positionnement et le mouvement du ou des sujets • Les particularités de l'environnement • Les contraintes opérationnelles et légales d'accès au lieu de la prise de vue (lieu présentant un risque ou un danger, zone à accès restreint, lieu public ou privé) 	document permettant d'appréhender le processus de création du film (synopsis court et long, scénario...)	<ul style="list-style-type: none"> – Qualité de la prise de son / image – Choix musicaux et ambiance sonore
IV-C : Réaliser un montage vidéo.	<ul style="list-style-type: none"> – Ecrire un scénario (pitch, synopsis court). – Séquencer le film (storyboard, synopsis long). – Créer et enregistrer un projet vidéo. – Faire l'acquisition des sources vidéo (rushes). – Effectuer le dérushage et organiser son chutier. – Établir un plan de montage. – Organiser et ajuster les transitions. – Réaliser l'habillage visuel et sonore du film. – Ajouter les titres, titrages et génériques. – Procéder aux étalonnages. – Procéder à un export du film dans les formats et résolutions adaptés au mode de diffusion 		

<p>envisagé.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Proposer la vidéo à la validation. – Effectuer les éventuels correctifs sollicités 		
--	--	--

V- Organiser la communication institutionnelle de son service par la gestion et l’animation d’un ou plusieurs comptes réseaux sociaux locaux ou nationaux spécialisés d’une direction ou service exerçant des missions de sécurité intérieure.

<p>V-A : Créer un compte réseau social local ou national spécialisé.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Maîtriser les éléments de la doctrine de communication sur les réseaux sociaux définie par sa direction générale (stratégie nationale de création des comptes départementaux, conditions de création des comptes locaux ou nationaux, conditions de formation des personnes gestionnaires de ces comptes, stratégies de communication digitale, processus de validation des éléments publiés, mise en commun des moyens locaux de publication pour toutes les directions...). – Maîtriser les conditions de création et d’utilisation de chacun des réseaux sociaux utilisés (ex : Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, Linkdin, Flickr...). – Organiser et mettre en œuvre un plan de communication interne relatif à la création de ce compte (information des différentes services départementaux des autres directions d’emploi de 	<p><u>Par la voie de la formation :</u> Analyse de la gestion de la création du compte : son lancement, l’évolution de sa visibilité et de son suivi, de l’animation et des publications (à minima constitué par l’observation d’une période de 3 mois du compte et de 20 posts).</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Respect de la charte de communication sur les réseaux sociaux de sa direction générale. – Respect de la charte graphique. – Respect des contraintes légales et réglementaires (secret de l’enquête, présomption d’innocence, devoir de réserve, droits d’auteur...). – Intérêt des publications dans le cadre des 4 objectifs prioritaires : alerter, prévenir, informer et rétablir la vérité.
--	---	---	--

la création de ce compte et de la mutualisation de ce moyen de communication).

– Organiser et mettre en œuvre un plan de communication externe relatif à la création de ce compte (information des institutions partenaires, des autorités départementales ou nationales, des médias locaux et de la population locale).

– Identifier les axes de communications pouvant être déclinés via les réseaux sociaux (ex : annonce d'événements, valorisation et explication des missions, appels à témoins, diffusions de messages visant à rassurer la population ou créer des conditions favorables d'interventions, publication de démentis...).

– Établir un plan prévisionnel d'actions (calendaires) prenant en compte les événements prévisibles pouvant faire l'objet d'une communication via les réseaux sociaux.

– Identifier l'ensemble des ressources validées et adaptables créées par le ministère de l'Intérieur ou son service national de communication de sa direction générale

– Intégrer la communication via les comptes réseaux sociaux départementaux à la stratégie globale de communication locale ou spécialisée de son service en proposant de manière régulière et pertinente des publications répondant aux

Par la voie de la VAE:

Analyse de la gestion d'un compte réseau social local ou national spécialisé sur une durée continue minimale de 6 mois (et au moins 50 posts).

– Pertinence et qualité des informations mise en avant (fond et forme).

– Choix d'une ligne éditoriale locale adaptée aux exigences et à la culture locale.

– Qualité de l'interactivité (pertinence et réactivité dans les échanges et réponses publiées).

– Qualité de la veille communicationnelle :

* Veille des messages publiés par le public (dénonciations de faits devant donner lieu à signalement, plaintes ou enquête dans un autre cadre et devant être réorientés, détection des sujets émergents polémiques).

* Veille et modération des commentaires (messages contraires à la loi ou ton excessivement agressif, messages violents ou insultants).

	<p>besoins d'information du public et de communication de son service.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Opérer une veille des réseaux sociaux ou pouvant avoir une incidence sur la perception par le public de l'action des services de sécurité intérieure. – Proposer une réponse rapide et appropriée via l'emploi des réseaux sociaux à une problématique de communication imprévue (ex : réponse à une polémique naissante sur les réseaux sociaux, événement pouvant porter atteinte à l'ordre ou à la sécurité publique, ou tout événement pouvant avoir une incidence sur la perception par le public de l'action des services de sécurité intérieure). – Prévoir les supports visuels, infographiques, vidéo, sonores ou photographiques intégrés aux publications afin d'en optimiser la diffusion et la perception publique. 		
<p>V-B : Communiquer via les comptes réseaux sociaux mis en place.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Créer et diffuser des messages de nature à favoriser l'intervention de services de secours ou d'intervention. – Créer et diffuser des messages d'informations relatifs aux moyens engagés sur une opération ou aux moyens engagés de nature à rassurer la population. – Créer et diffuser des messages de nature 		

<p>informatives et/ou de prévention.</p> <p>– Créer et diffuser des messages de nature à faire taire les rumeurs et contre-vérités pouvant impacter l'ordre public, la sécurité des personnes et porter indûment atteinte à l'image et à l'honneur de l'institution représentée.</p>		
--	--	--

VI- Porter la parole de son service

<p>VI- A : Répondre, en direct, à une interview TV, radio ou WebTV ou Webradio.</p>	<p>– Identifier le contexte de la demande média (type de média, ligne éditoriale, angle journalistique, délais et conditions de réalisation).</p> <p>– Identifier les enjeux, pour le service représenté, de la prise de parole (type de public visé, objectif de communication poursuivi et adéquation avec le type de média, son format et sa ligne éditoriale).</p> <p>– Argumenter une décision d'acceptation ou de refus en réponse à une sollicitation de prise de parole médiatique.</p> <p>– Rechercher l'ensemble des informations permettant une connaissance et une compréhension exhaustive de l'événement, de la thématique ou de la problématique à l'origine de la demande média.</p>	<p><u>Par la voie de la formation :</u> 3 simulations proposées à partir de situations professionnelles reconstituées nécessitant une prise de parole en direct ou en différé dans un média radio, TV , Web ou presse écrite.</p> <p>Le candidat doit obtenir la moyenne à chacune des simulations et ne pas connaître de manquement dans un des items éliminatoires.</p> <p>Par la voie de la VAE : Présentation de supports incluant au moins 6 prises de parole dans les médias radio, TV , Web ou presse écrite.</p>	<p>– Qualité de la préparation de l'interview (appropriation des éléments de faits et de fond, calibrage des éléments de langage au format et au ton de l'interview).</p> <p>– Véracité et exactitude des informations transmises (item éliminatoire).</p> <p>– Respect des règles légales et réglementaires appliquées au statut du porte-parole d'une institution de sécurité intérieure (secret de l'enquête, présomption d'innocence, devoir de réserve, obligation de dignité, de loyauté...) (item</p>
---	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Construire les éléments de langage de nature à permettre une présentation et une explication claire de l'événement, de la thématique ou de la problématique à l'origine de la demande média. – Participer à la mise en place de conditions favorables de tournage ou d'enregistrement d'une interview réalisée en duplex depuis un lieu extérieur au média ou une infrastructure du service en créant un environnement techniquement performant (lumière, environnement, bruit, décor). – Identifier les autres parties prenantes au débat ou à l'interview. – Fournir, précédemment à la prise de parole, des éléments de faits, d'explication techniques ou tactiques de nature à permettre la compréhension d'un événement ou d'une problématique. – Incarner dans la posture, la tenue, la présentation et le langage employé, l'image et les valeurs portées par le service et au-delà par l'institution représentée. – Présenter des éléments de langages appropriés, pertinents et répondant à la fois aux interrogations du média et aux attentes du service. 	<p>Chacun de ces supports doit être accompagné d'une notice présentant le contexte de la prise de parole, les événements ayant conduit à une telle expression, les difficultés rencontrées, l'objectif visé, les enjeux perçus pour l'institution, et une auto-analyse de sa prestation.</p>	<p>éliminatoire).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Qualité de l'expression verbale (formulation, respect des règles de grammaire, intelligibilité et fluidité des propos tenus, absence de gestes ou mots parasites). – Adaptation des propos : <ul style="list-style-type: none"> * au format de l'interview (durée, concision, clarté) * au public visé (niveau de langage, adaptation du niveau de complexité des réponses formulées) * à l'objectif poursuivi (valoriser une action, expliquer une opération, répondre à une polémique...) (Item éliminatoire). – Pertinence des éléments de langage. – Présentation personnelle : soin de l'apparence, identification de l'institution représentée, règles de port de la tenue et des éléments complémentaires (galons,
<p>VI-B : Participer à un reportage vidéo ou radio diffusé en différé ou</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifier le contexte de la demande médias (type de média, ligne éditoriale, angle 		

<p>répondre à une interview de la presse écrite.</p>	<p>journalistique, délais et conditions de tournage et de montage, durée).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identifier les enjeux, pour le service représenté, de la prise de parole (type de public visé, objectif de communication poursuivi et adéquation avec le type de média, son format et sa ligne éditoriale). – Participer à la mise en place de conditions favorables de tournage ou d'enregistrement (lumière, environnement, bruit, décor). – Identifier les autres parties prenantes au reportage, par la voie de prise de parole complémentaires ou contradictoires, les témoignages ou les illustrations vidéo associées. – Argumenter une décision d'acceptation ou de refus en réponse à une sollicitation de prise de parole médiatique. – Rechercher l'ensemble des informations permettant une connaissance et une compréhension exhaustive de l'événement, de la thématique ou de la problématique à l'origine de la demande média. – Fournir, précédemment ou consécutivement à la prise de parole, des éléments de faits, d'explications techniques ou tactiques de nature à permettre la compréhension d'un événement ou d'une problématique afin de faciliter la 		<p>écussons, décorations civiles ou militaires).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Attention portée aux conditions de réalisation de l'interview (décor, qualité de cadrage, qualité de la prise de son, absence d'éléments pouvant brouiller la qualité du message.
--	--	--	--

	<p>construction des commentaires journalistiques.</p> <ul style="list-style-type: none">– Identifier et proposer des illustrations vidéo.– Incarner, dans la posture, la tenue, la présentation et le langage employé, l'image et les valeurs portées par le service et au-delà par l'institution représentée.– Présenter des éléments de langages appropriés, pertinents et répondant à la fois aux interrogations du média et aux attentes du service.		
--	--	--	--