KS/CS Communication Suisse

RÈGLEMENT

concernant

l'examen professionnel de spécialiste en communication*

du

Vu l'art. 28, al. 2, de la loi fédérale du 13 décembre 2002 sur la formation professionnelle, l'organe responsable au sens du ch. 1.3 arrête le règlement d'examen suivant :

En attente de signature

1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1 But de l'examen

L'examen professionnel fédéral vise à établir si les candidats disposent des compétences nécessaires pour exercer de manière responsable une activité professionnelle exigeante.

1.2 PROFIL DE LA PROFESSION

1.21 Domaine d'activité

Les spécialistes en communication exercent leur activité en entreprise, dans l'administration et au sein d'agences et d'organisations à but non lucratif. Ils participent à l'évaluation, au développement, à la planification et à la mise en œuvre de mesures de communication dans des environnements classiques et numériques. Ce faisant, ils analysent les besoins, évaluent différentes options et prennent des décisions professionnelles fondées dans leur domaine de responsabilité.
Leurs principales missions consistent notamment :

- à évaluer, à développer, à planifier et à mettre en œuvre des mesures de communication dans des environnements classiques et numériques ;
- à analyser systématiquement les groupes cibles, à concevoir des contenus adaptés et à choisir les moyens de communication appropriés en fonction des objectifs définis ;
- à utiliser les outils numériques, y compris les applications basées sur l'intelligence artificielle (IA), de manière autonome, réfléchie et responsable en veillant à évaluer au préalable leur valeur ajoutée, leurs limites ainsi que leurs implications techniques, éthiques et juridiques ;

* Pour faciliter la lecture du document, le masculin est utilisé pour désigner les deux sexes.

- à travailler de manière interdisciplinaire et à coordonner les acteurs internes et externes afin de garantir des processus de communication efficaces, transparents et performants ;
- à analyser les évolutions sociales, à évaluer leur pertinence et à adapter leur travail aux changements organisationnels, sociaux et technologiques tout en prenant des décisions mûrement réfléchies, indépendantes des tendances à court terme ou des modes passagères.

1.22 Principales compétences opérationnelles

Les spécialistes en communication disposent d'un large éventail de compétences techniques, numériques, méthodologiques, sociales et personnelles. Le niveau de responsabilité et d'autonomie varie en fonction de la complexité des tâches, des risques associés et du contexte organisationnel.

Compétences techniques et numériques :

- Analyse, planification, mise en œuvre et évaluation autonomes de mesures de communication intégrées.
- Utilisation et évaluation responsables des outils numériques, y compris des applications basées sur l'intelligence artificielle (IA), en tenant compte des implications techniques, éthiques et juridiques.
- Analyse des données, des indicateurs de performance et des tendances pour une prise de décision fondée.
- Application et interprétation des exigences légales (LPD, RGPD, LCD) dans des situations courantes et complexes.
- Mise en œuvre et adaptation des formats texte, image, audio et vidéo en fonction du public cible.
- Analyse et évaluation du paysage médiatique suisse (presse écrite, médias numériques, réseaux sociaux).

Compétences en gestion de projet et en coordination :

- Collaboration interdisciplinaire avec les acteurs internes et externes (p. ex. marketing, ventes, informatique, ressources humaines).
- Planification, coordination et pilotage de projets de communication au moyen d'outils organisationnels et méthodologiques adaptés.
- Responsabilité du respect des délais, des budgets et des normes de qualité, ainsi que responsabilité directe des résultats.

Compétences méthodologiques :

- Développement structuré et autonome de concepts.
- Planification, pilotage et adaptation des processus de communication sur la base d'analyses et d'évaluations critiques.
- Gestion responsable de la qualité et des ressources.
- Évaluation critique et optimisation continue des mesures de communication.

Compétences sociales et personnelles :

- Communication respectueuse, claire et adaptée au destinataire.
- Collaboration constructive au sein d'une équipe ainsi qu'avec les parties prenantes.
- Gestion réfléchie de la complexité, de l'incertitude et du stress.
- Action responsable fondée sur le respect de principes éthiques et la prise de décision consciente.

1.23 Exercice de la profession

Les spécialistes en communication exercent leur profession avec un haut niveau d'autonomie, de fiabilité et d'orientation vers les solutions. Ils analysent des situations de communication de complexité variable, et planifient et pilotent des projets de communication. Sur cette base, ils prennent des décisions professionnelles fondées.

Ils élaborent des contenus adaptés aux groupes cibles, coordonnent les acteurs internes comme externes et évaluent l'efficacité des mesures de communication. Ils garantissent ainsi la qualité de la communication interne et externe.

En attente de signature

Ils utilisent les outils numériques de manière ciblée et responsable. Ils prennent en compte de façon réfléchie les conditions-cadres juridiques, sociales et organisationnelles lors de leurs décisions professionnelles.

Les spécialistes en communication accompagnent les processus de changement sur le plan communicationnel, soutiennent l'orientation stratégique de leur organisation et contribuent à instaurer une culture de l'information transparente et professionnelle. Ils réfléchissent aux conséquences de leurs décisions et assument la responsabilité de leur domaine de compétence.

1.24 Apport de la profession à la société, à l'économie, à la nature et à la culture

Les spécialistes en communication jouent un rôle clé dans :

- la compréhension entre les organisations et la société : ils favorisent la transparence, l'orientation et le dialogue, et renforcent la crédibilité de la communication publique ;
- l'économie : ils contribuent à la compétitivité, à la réputation et à la capacité d'innovation des organisations ;
- la transformation numérique : ils analysent l'utilisation des nouvelles technologies et encouragent leur utilisation responsable et durable ;
- la culture : ils soutiennent la créativité, la diversité et la compréhension interculturelle ;
- le développement durable : ils assurent une communication transparente des objectifs de durabilité (RSE, ESG) et recourent à des moyens de communication économes en ressources.

1.3 Organe responsable

1.31 L'organisation du monde du travail suivante constitue l'organe responsable :

- KS/CS Communication Suisse

1.32 L'organe responsable est compétent pour toute la Suisse.

2. ORGANISATION

2.1 Composition de la commission d'examen

2.11 Toutes les tâches liées à l'octroi du brevet sont confiées à une commission d'examen. Celle-ci est composée de neuf membres, nommés par le comité pour une période administrative de quatre ans.

2.12 La commission d'examen se constitue elle-même. Le quorum est atteint lorsque la majorité des membres sont présents. Les décisions se prennent à la majorité des membres présents. Le président tranche en cas d'égalité des voix. Les séances de la commission d'examen peuvent être réalisées sous forme de vidéoconférence.

En attente de signature

2.2 Tâches de la commission d'examen

2.21 La commission d'examen :

a) arrête les directives relatives au présent règlement d'examen et les met à jour périodiquement ;
b) fixe la taxe d'examen ;
c) fixe la date et le lieu de l'examen ;
d) définit le programme d'examen ;
e) fait préparer les épreuves d'examen et organise leur déroulement ;
f) nomme et engage les experts, et les forme pour accomplir leurs tâches ;
g) décide de l'admission à l'examen ainsi que d'une éventuelle exclusion de ce dernier ;
h) décide de l'octroi du brevet ;
i) traite les requêtes et les recours ;
j) s'occupe de la comptabilité et de la correspondance ;
k) décide de la reconnaissance ou de la prise en compte d'autres diplômes et d'autres prestations ;
l) rend compte de ses activités aux instances supérieures et au Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI);
m) veille au développement et à l'assurance de la qualité, et en particulier à l'actualisation régulière du profil de qualification en fonction des besoins du marché du travail.

2.22 La commission d'examen peut :

a) déléguer le traitement des recours à certaines personnes ;
b) déléguer des tâches administratives à un secrétariat.

2.3 Publicité et surveillance

2.31 L'examen est placé sous la surveillance de la Confédération. Il n'est pas public. Dans des cas particuliers, la commission d'examen peut autoriser des dérogations à cette règle.

2.32 Le SEFRI est invité suffisamment tôt à assister à l'examen et reçoit les dossiers d'examen.

En attente de signature

3. PUBLICATION, INSCRIPTION, ADMISSION, FRAIS D'EXAMEN

3.1 Publication

3.11 L'examen est annoncé publiquement dans les trois langues officielles et en anglais cinq mois au moins avant le début des épreuves.

3.12 La publication informe au moins sur :

a) les dates des épreuves ;
b) la taxe d'examen ;
c) l'adresse d'inscription ;
d) le délai d'inscription ;
e) le déroulement de l'examen.

3.2 Inscription

L'inscription doit comporter :

a) un résumé de la formation et des activités professionnelles du candidat ;
b) les copies des titres et des certificats de travail requis pour l'admission ;
c) la mention de la langue d'examen ;
d) la copie d'une pièce d'identité officielle munie d'une photo ;
e) la mention du numéro d'assurance sociale (n° AVS)[1].

3.3 Admission

3.31 Sont admis à l'examen les candidats qui :

a) possèdent l'une des qualifications suivantes ou une qualification équivalente :

- un certificat fédéral de capacité (CFC) d'employée de commerce / employé de commerce ;
- un certificat fédéral de capacité (CFC) dans le domaine de la vente ou du graphisme ;

et qui

justifient d'au moins deux ans (24 mois pour un taux d'occupation de 100 %) d'expérience professionnelle pertinente dans les domaines de la communication, de la publicité, des relations publiques, du marketing de dialogue, du marketing direct et/ou de la vente.

ou

b) possèdent un autre certificat fédéral de capacité ou une autre qualification équivalente et justifient d'au moins trois ans (36 mois pour un taux d'occupation de 100 %) de pratique professionnelle attestée, pour un taux d'occupation de 100

En attente de signature

[1] La base juridique de ce relevé est l'ordonnance sur les relevés statistiques (RS **431.012.1**; n° 70 de l'annexe). La commission d'examen ou le SEFRI relève, sur mandat de l'Office fédéral de la statistique, les numéros AVS utiles à des fins purement statistiques.

%, dans les domaines de la communication, de la publicité, des relations publiques, du marketing, de la vente ou du marketing direct/de dialogue.

Les candidats sont admis sous réserve du paiement de la taxe d'examen dans les délais impartis, selon le ch. 3.41.

3.32 Les décisions concernant l'admission à l'examen sont communiquées par écrit aux candidats au moins trois mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

3.4 Frais

3.41 Après avoir reçu confirmation de leur admission, les candidats acquittent la taxe d'examen. Les taxes pour l'établissement du brevet et pour l'inscription de son titulaire dans le registre officiel des titulaires d'un brevet ainsi qu'une éventuelle contribution pour frais de matériel sont perçues séparément. Ces frais sont à la charge des candidats.

3.42 Les candidats qui, conformément au ch. 4.2, se retirent dans le délai autorisé ou pour des raisons valables ont droit au remboursement du montant payé, déduction faite des frais occasionnés.

3.43 L'échec à l'examen ne donne droit à aucun remboursement.

3.44 Pour les candidats qui répètent l'examen, la taxe d'examen est fixée dans chaque cas par la commission d'examen, compte tenu du nombre d'épreuves répétées.

3.45 Les frais de déplacement, de logement, de subsistance et d'assurance pendant la durée de l'examen sont à la charge des candidats.

4. ORGANISATION DE L'EXAMEN

4.1 Convocation

4.11 L'examen a lieu si, après sa publication, 20 candidats au moins remplissent les conditions d'admission, ou au moins tous les deux ans.

4.12 Les candidats peuvent choisir de passer l'examen dans l'une des quatre langues suivantes : français, allemand, italien ou anglais.

4.13 Les candidats sont convoqués 30 jours au moins avant le début de l'examen. La convocation comprend :

a) le programme d'examen, avec l'indication du lieu, de la date, de l'heure des épreuves et des moyens auxiliaires dont les candidats sont autorisés ou invités à se munir ;
b) pour les examens oraux, la liste des experts.

4.14 Toute demande de récusation d'un expert doit être motivée et adressée à la commission d'examen trois semaines au moins avant le début de l'examen. La commission prend les mesures qui s'imposent.

En attente de signature

4.2 Retrait

4.21 Les candidats ont la possibilité d'annuler leur inscription jusqu'à six semaines avant le début de l'examen.

4.22 Passé ce délai, le retrait n'est possible que si une raison valable le justifie. Sont notamment réputées raisons valables :

a) la maternité ou la paternité ;
b) la maladie et l'accident ;
c) le décès d'un proche ;
d) le service militaire, le service de protection civile ou le service civil imprévu

4.23 Le retrait doit être communiqué sans délai et par écrit à la commission d'examen, assorti de pièces justificatives.

4.3 Non-admission et exclusion

4.31 Le candidat qui, en rapport avec les conditions d'admission, donne sciemment de fausses informations ou tente de tromper la commission d'examen d'une autre manière n'est pas admis à l'examen.

4.32 Est exclu de l'examen quiconque :

a) utilise du matériel ou des documents non autorisés ;
b) enfreint gravement la discipline de l'examen ;
c) tente de tromper les experts.

4.33 La décision d'exclure un candidat de l'examen incombe à la commission d'examen. Le candidat a le droit de passer l'examen sous réserve, jusqu'à ce que la commission d'examen ait arrêté une décision formelle.

4.4 Surveillance de l'examen et experts

4.41 Deux experts au moins évaluent les épreuves écrites. Ils s'entendent sur la note à attribuer.

4.42 Deux experts au moins procèdent aux examens oraux, prennent des notes sur l'entretien d'examen et sur le déroulement de l'examen, apprécient les prestations fournies et fixent en commun la note.

4.43 Les enseignants aux cours préparatoires, les personnes apparentées au candidat ainsi que les supérieurs hiérarchiques présents ou passés du candidat ou ses collaborateurs se récusent en tant qu'experts.

En attente de signature

4.5 Clôture et séance d'attribution des notes

4.51 La commission d'examen décide de la réussite ou de l'échec des candidats lors d'une séance ayant lieu après l'examen. La personne représentant le SEFRI est invitée suffisamment tôt à cette séance.

4.52 Les enseignants aux cours préparatoires, les personnes apparentées au candidat ainsi que les supérieurs hiérarchiques présents ou passés du candidat ou ses collaborateurs se récusent lors de la prise de décision sur l'octroi du brevet.

5. EXAMEN

5.1 Épreuves d'examen

5.11 L'examen est organisé selon les épreuves et durées suivantes :

Épreuve	*Forme d'examen*	*Durée en min.*
1. Bases	écrit	60
2. Marketing	écrit	90
3. Réalisation/production	écrit	240
4. Médias	écrit	240
5. Communication	écrit	240
6. Présentation d'une étude de cas professionnelle - Préparation de la présentation - Présentation	 écrit oral	 90 20
7. Entretien professionnel	oral	30
8. Jeu de rôle	oral	30
Total		**1040**

Les épreuves d'examen, ainsi que les domaines de compétences opérationnelles A à G correspondants, sont décrits ci-après conformément au profil de qualification. Le profil de qualification figure en annexe des directives relatives au présent règlement d'examen professionnel de spécialiste en communication. Les domaines de compétences opérationnelles S (réfléchir sur ses compétences sociales et personnelles et les développer) et M (contribuer à la conception et à l'avancement de la gestion de projet et de la coopération) ont une dimension transversale. Ils sont pris en compte de manière globale lors de toutes les épreuves et évalués sous différentes formes.

Épreuve 1 : Bases
Dans le cadre d'un examen écrit, les candidats démontrent qu'ils possèdent de solides connaissances de base en économie générale et économie d'entreprise, ainsi qu'en droit professionnel. Les domaines de compétences opérationnelles suivants sont évalués : A (organiser et assumer la responsabilité de l'administration et de la gestion juridique), B (développer des stratégies marketing et d'analyse adaptées à chaque situation et efficaces) et C (accompagner et conseiller les clients et les donneurs d'ordre). Les compétences correspondantes englobent la compréhension des principes fondamentaux de l'économie générale et de l'économie d'entreprise, ainsi que de la gestion d'entreprise, la connaissance des pratiques commerciales essentielles du secteur publicitaire et des réglementations applicables à celui-ci. Le candidat doit exposer par écrit les liens, les conséquences et les procédures à suivre à partir de cas concrets.

En attente de signature

Épreuve 2 : Marketing
Dans le domaine du marketing, les candidats démontrent qu'ils maîtrisent la planification et l'utilisation des principaux instruments de marketing. Ces compétences englobent l'analyse de résultats d'études de marché ainsi que les connaissances en vente et distribution. L'examen prend la forme d'une étude de cas guidée portant sur les domaines de compétences opérationnelles A (organiser et assumer la responsabilité de l'administration et de la gestion juridique), B (développer des stratégies de marketing et d'analyse adaptées à chaque situation et efficaces) et C (accompagner et conseiller les clients et les donneurs d'ordre). À partir d'un cas concret, les candidats doivent accomplir plusieurs tâches partielles et démontrer leurs compétences en matière d'analyse, de conception et de mise en œuvre.

Épreuve 3 : Réalisation/production
Dans le domaine de la production, les candidats démontrent qu'ils sont capables de développer, à partir de consignes simples ou complexes, des solutions de mise en œuvre axées sur les compétences, destinées aux actions hors ligne et en ligne. L'examen prend la forme d'une étude de cas guidée portant sur le domaine de compétences opérationnelles F (produire et mettre en forme des supports de communication conformément au concept). Les candidats traitent un cas concret en accomplissant plusieurs tâches partielles et démontrent ainsi leurs compétences en matière d'analyse, de conception et de mise en œuvre.

Épreuve 4 : Médias
Dans le domaine des médias et de la gestion des médias, les candidats démontrent qu'ils sont capables de développer, à partir de consignes simples ou complexes, des solutions axées sur les compétences, destinées à la planification et à l'utilisation de médias hors ligne et en ligne. L'examen prend la forme d'une étude de cas guidée portant sur le domaine de compétences opérationnelles G (analyser, surveiller et évaluer les médias). Les candidats traitent un cas concret en accomplissant plusieurs tâches partielles et démontrent ainsi leurs compétences en matière d'analyse, de conception et de mise en œuvre.

Épreuve 5 : Communication
Dans le domaine de la communication, les candidats démontrent qu'ils sont capables d'élaborer des stratégies et des contenus de communication commerciale et de les mettre en œuvre de manière ciblée. Ces compétences englobent le choix des instruments de communication appropriés, ainsi que leur orientation stratégique, leur planification et leur mise en œuvre. L'examen prend la forme d'une étude de cas guidée portant sur les domaines de compétences opérationnelles D (développer des stratégies et des concepts de communication) et E (planifier, créer et mettre en œuvre des contenus de communication adaptés au public cible). Les candidats traitent un cas concret en accomplissant plusieurs tâches partielles et démontrent ainsi leurs compétences en matière d'analyse, de conception et de mise en œuvre.

Les épreuves 6 à 8 portent en principe sur l'ensemble des domaines de compétences opérationnelles A à G, ainsi que S et M.

Épreuve 6 : Présentation d'une étude de cas professionnelle
Dans la partie orale de l'examen, les candidats disposent de 90 minutes pour analyser une situation initiale donnée. Ils doivent identifier les défis, développer des stratégies adéquates et structurer une présentation cohérente en tenant compte du public cible. La présentation orale dure 20 minutes. Elle permet aux candidats de démontrer leur capacité à mettre en pratique les compétences évaluées lors des épreuves écrites, notamment dans les domaines de la communication, de la production et des médias. Sont évalués la clarté du contenu, la pertinence des stratégies proposées, la structure méthodologique ainsi que l'adaptation au public cible.

Épreuve 7 : Entretien professionnel

En attente de signature

À l'issue de la présentation, les candidats participent à un entretien professionnel de 30 minutes. Cet échange oral a pour but d'approfondir les points développés lors de la présentation et de vérifier la maîtrise des connaissances professionnelles. Les experts évaluent la capacité des candidats à justifier leurs choix stratégiques, à présenter des arguments de manière structurée et à démontrer une compréhension approfondie des thèmes liés à la communication, à la production et aux médias.

Épreuve 8 : Jeu de rôle
La troisième partie de l'examen oral consiste en un jeu de rôle de 30 minutes. Les candidats sont placés en situation professionnelle simulée, dans laquelle ils peuvent démontrer leurs compétences pratiques. Au cours de cette phase est évaluée leur capacité à communiquer de manière appropriée, à mener des échanges complexes et à mettre en œuvre des techniques de communication adaptées au public visé. L'accent est mis sur le professionnalisme, la gestion des interactions et la cohérence des arguments avancés.

5.12 Chaque épreuve peut être subdivisée en points d'appréciation. La commission d'examen fixe cette subdivision et la pondération des points d'appréciation dans les directives relatives au présent règlement d'examen.

5.2 Exigences

5.21 La commission d'examen arrête les dispositions détaillées concernant l'examen dans les directives relatives au présent règlement d'examen (au sens du ch. 2.21, let. a).

5.22 La commission d'examen décide de l'équivalence des épreuves ou des modules effectués dans le cadre d'autres examens du degré tertiaire ainsi que de la dispense éventuelle des épreuves correspondantes du présent règlement d'examen. Les candidats ne peuvent être dispensés des épreuves qui portent, conformément au profil de la profession, sur les compétences principales.

6. ÉVALUATION ET ATTRIBUTION DES NOTES

6.1 Généralités

L'évaluation des épreuves et de l'examen est basée sur des notes. Les dispositions des ch. 6.2 et 6.3 sont applicables.

6.2 Évaluation

6.21 Une note entière ou une demi-note est attribuée pour les points d'appréciation, conformément au ch. 6.3.

6.22 La note d'une épreuve est la moyenne des notes des points d'appréciation correspondants. Elle est arrondie à la première décimale. Si le mode d'appréciation permet de déterminer directement la note de l'épreuve sans faire usage de points d'appréciation, la note de l'épreuve est attribuée conformément au ch. 6.3.

6.23 La note globale de l'examen correspond à la moyenne des notes des épreuves. Elle est arrondie à la première décimale.

En attente de signature

6.3 Notation

Les prestations des candidats sont évaluées au moyen de notes échelonnées de 6 à 1. Les notes supérieures ou égales à 4,0 désignent des prestations suffisantes. Seules les demi-notes sont admises comme notes intermédiaires.

6.4 Conditions de réussite de l'examen et de l'octroi du brevet

6.41 L'examen est réussi si :

a) la note globale est supérieure ou égale à 4,0 et
b) si aux plus deux notes d'épreuve sont inférieures à 4,0 et
c) si aucune note d'épreuve n'est inférieure à 3,0.

6.42 L'examen est considéré comme non réussi, si le candidat :

a) ne se désiste pas à temps ;
b) ne se présente pas à l'examen ou à une épreuve, et ne donne pas de raison valable ;
c) se retire après le début de l'examen sans raison valable ;
d) est exclu de l'examen.

6.43 La commission d'examen décide de la réussite de l'examen uniquement sur la base des prestations fournies par le candidat. Le brevet fédéral est décerné aux candidats qui ont réussi l'examen.

6.44 La commission d'examen établit un certificat d'examen pour chaque candidat. Le certificat doit contenir au moins les données suivantes :

a) les notes des différentes épreuves d'examen et la note globale de l'examen ;
b) la mention de réussite ou d'échec à l'examen ;
c) les voies de droit, si le brevet est refusé.

6.5 Répétition

6.51 Le candidat qui échoue à l'examen est autorisé à le repasser à deux reprises.

6.52 Les examens répétés ne portent que sur les épreuves dans lesquelles le candidat a fourni une prestation insuffisante.

6.53 Les conditions d'inscription et d'admission au premier examen s'appliquent également aux examens répétés.

En attente de signature

7. BREVET, TITRE ET PROCÉDURE

7.1 Titre et publication

7.11 Le brevet fédéral est délivré par le SEFRI dans une des trois langues officielles à la demande de la commission d'examen et porte la signature de la direction du SEFRI et du président de la commission d'examen.

7.12 Les titulaires du brevet sont autorisés à porter le titre protégé et le complément de titre suivants :

- **Spécialiste en communication avec brevet fédéral, Professional Bachelor**
- **Kommunikationsfachfrau mit eidgenössischem Fachausweis, Professional Bachelor /**
  Kommunikationsfachmann mit eidgenössischem Fachausweis, Professional Bachelor
- **Specialista della comunicazione con attestato professionale federale, Professional Bachelor**

La traduction anglaise simplifiée est la suivante :

- **Executive in Communications, Professional Bachelor**

7.13 Les noms des titulaires d'un brevet sont inscrits dans un registre tenu par le SEFRI.

7.2 Retrait du brevet

7.21 Le SEFRI peut retirer tout brevet obtenu de manière illicite. La poursuite pénale est réservée.

7.22 La décision du SEFRI peut être déférée dans les 30 jours suivant sa notification au Tribunal administratif fédéral.

7.3 Voies de droit

7.31 Les candidats qui se sont vu refuser l'admission à l'examen ou l'octroi du brevet peuvent recourir auprès du SEFRI dans l'une des trois langues officielles (français, allemand ou italien) contre les décisions de la commission d'examen dans les 30 jours suivant la notification. Le recours doit mentionner les conclusions et les motifs du recourant.

7.32 Le SEFRI statue en première instance sur les recours. Sa décision peut être déférée dans les 30 jours suivant la notification au Tribunal administratif fédéral.

7.33 Les procédures de recours sont menées dans la langue officielle choisie par le candidat (langue de la procédure). Si l'examen a été passé en anglais, il incombe aux parties concernées de faire traduire toutes les pièces du dossier de recours qu'elles produisent, en particulier les documents d'examen, dans la langue de la procédure choisie par le candidat.

En attente de signature

8. COUVERTURE DES FRAIS D'EXAMEN

8.1 Sur proposition de la commission d'examen, l'organe responsable fixe le montant des indemnités versées aux membres de la commission d'examen et aux experts.

8.2 L'organe responsable assume les frais d'examen qui ne sont pas couverts par la taxe d'examen, la subvention fédérale ou d'autres ressources.

8.3 Conformément aux directives en la matière[2], la commission d'examen remet au SEFRI un compte de résultats détaillé au terme de l'examen. Sur cette base, le SEFRI définit le montant de la subvention fédérale accordée pour l'organisation de l'examen.

9. DISPOSITIONS FINALES

9.1 Abrogation du droit en vigueur

Le règlement concernant l'examen professionnel de spécialiste en communication du 19 juin 2018 est abrogé.

9.2 Dispositions transitoires

Les candidats qui ont échoué à l'examen en vertu du règlement du 19 juin 2018 ont la possibilité de le répéter une première fois et, le cas échéant, une seconde fois jusqu'au 31 décembre 2029.

9.3 Entrée en vigueur

Le présent règlement d'examen entre en vigueur à la date de son approbation par le SEFRI.

En attente de signature

[2] Directives du SEFRI concernant l'octroi de subventions fédérales pour l'organisation d'examens professionnels fédéraux et d'examens professionnels fédéraux supérieurs selon les art. 56 LFPr et 65 OFPr

10. ÉDICTION

Zürich, le

KS/CS Communication Suisse

Jürg Bachmann, président de KS/CS Communication Suisse

Dominik Leonhardt, président de la commission d'examen

Le présent règlement d'examen est approuvé.

Berne, le

Secrétariat d'État à la formation,
à la recherche et à l'innovation SEFRI

Rémy Hübschi
Directeur suppléant
Chef de la division Formation professionnelle et continue

En attente de signature