

Directeur(trice) artistique en art graphique et multimédia

RNCP26207 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320v
Code(s) ROME	E1103, E1205, E1104, E1105
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	07/06/2021

Certificateur(s)

GARTI · SIRET : 52221813000022

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le/la Directeur/trice artistique et l'équipe de création mettent en forme, à partir de la stratégie de communication, du choix des supports et des choix du client, les différents éléments de la campagne de communication.

Il/elle est le/la responsable visuel d'une campagne de communication et s'assure de sa cohérence avec l'identité visuelle de la marque.

Il/elle crée et met en scène le message et l'image que veut faire passer le client. Il/elle est le/la responsable de l'identité d'une marque sous tous ses aspects, il définit la charte graphique, son déploiement visuel et sa déclinaison sur plusieurs médias.

Ses principales fonctions indispensables à l'entreprise sont d'ordre stratégique, conceptuelle/créative et de supervision/validation de la réalisation.

Les activités visées par la certification sont les suivantes :

- Analyser la demande d'une entreprise pour élaborer un plan de communication adaptée ;
- Coordonner ou réaliser les créations graphiques en accord avec la stratégie de communication préalablement définie ;
- Manager des équipes internes et /ou externes ;
- Présenter sa campagne de communication.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La certification atteste des compétences suivantes :

- Analyser la demande du client au moyen d'un entretien et de recherches afin d'identifier le contexte organisationnel et artistique dans lequel elle se situe.
- Réaliser une « copie stratégique » définissant de façon synthétique les données de l'annonceur afin de permettre aux créatifs de mieux appréhender les informations marketing.
- Elaborer le plan de communication définissant le nouveau positionnement du produit, la nouvelle la promesse, les moyens, le planning et les supports.
- Définir les différentes actions de création en fonction des cibles et du positionnement retenus : axes et thèmes des messages, visuels.
- Choisir parmi les différentes méthodologies de création celle qui répond le mieux au brief, du client, à la copie stratégique et au plan de communication pour réaliser une campagne à 360°.
- Attribuer une charte graphique et des codes de communication propres à la marque ou au client afin de le rendre facilement identifiable

- Transporter le consommateur dans l'univers de la marque ou du produit pour lui donner l'envie d'acheter ou de s'informer en faisant « parler l'image ».
- Utiliser les logiciels de PAO, web, 3D, vidéo pour réaliser des supports d'une qualité technique professionnelle.
- Mettre en place un système d'organisation motivant pour des équipes efficaces donc rentables.
- Faire évoluer les compétences des équipes internes par LA formation pour contribuer à la mise à jour des outils donc à l'évolution de l'agence pour recommander des nouveaux outils et techniques de communication aux futurs clients et être considéré comme une agence innovante.
- Travailler en équipes et savoir gérer ses prestataires extérieurs (imprimeurs, photographes...).
- Présenter sa campagne avec rigueur et force de conviction afin de susciter l'adhésion autour du projet créatif tout en sachant rebondir aux retours du client.
- Proposer « LE PLUS » au client : proposer d'autres supports de communication dans la campagne présentée afin de faire la différence entre les différentes agences.

Blocs de compétences

RNCP26207BC01 — Analyser la demande d'une entreprise pour élaborer un plan de communication adapté à son besoin de développement, d'actualisation de campagne publicitaire, de lancement de produit.

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Analyser la demande du client : lancement de produit, image de marque, changement de communication, réseaux sociaux
- Réaliser un cahier des charges de la campagne publicitaire
- Elaborer le plan de communication,
- Définir les différentes actions de création.

Modalités d'évaluation :

- Cas pratiques à partir d'une situation réelle. A partir d'un brief produire tout le travail de recherche et d'analyse nécessaire pour élaborer une stratégie de communication ou présenter une campagne créative.
- Mise en situation professionnelle réelle : à partir d'une situation réelle rencontrée en agence de communication, les candidats travaillant en groupe, doivent réaliser un projet (écrit et présenté oralement) de campagne publicitaire. Cette production est réalisée en 6 heures./ jours pendant 2 jours.

Ce bloc fait l'objet d'un certificat spécifique.

RNCP26207BC02 — Coordonner ou réaliser les créations graphiques en accord avec la stratégie de communication préalablement définie.

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Choisir une méthodologie de création pour répondre au brief,
- Attribuer une charte graphique et des codes de communication,
- Transporter le consommateur dans l'univers de la marque ou du produit,
- Utiliser les logiciels de PAO, web, 3D, vidéo pour réaliser des supports de communication.

Modalités d'évaluation :

- Cas pratiques à partir d'une situation réelle.

A partir d'un cahier des charges réaliser les opérations techniques demandées à l'aide des logiciels spécifiques au métier PAO, web, 3D, vidéo.

- Mise en situation professionnelle réelle : à partir d'un brief / cahier des charges d'une agence de communication les candidats, travaillant individuellement, doivent créer l'identité visuelle d'une marque et la décliner en campagne papier et digital. Cette production est réalisée en 6 heures./ jours pendant 6 jours.

Ce bloc fait l'objet d'un certificat spécifique.

RNCP26207BC03 — Manager des équipes internes et/ou externes de créatifs.

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Mettre en place un système d'organisation du travail favorisant la production des projets attendus (à valider)
- Travailler en équipes et gérer ses prestataires extérieurs,

- Faire évoluer les compétences des équipes internes
- Utiliser les logiciels de PAO, web, 3D, vidéo pour réaliser des supports de communication.

Modalités d'évaluation :

- Mise en situation professionnelle réelle : A partir d'un brief / cahier des charges d'une agence de communication définir, en équipe, en adoptant l'organisation de travail d'une micro agence, une campagne de lancement de produit. Chaque candidat prend à tour de rôle les fonctions de directeur artistique pour cette micro agence. Cette production est réalisée en 6 heures./ jours pendant 3 jours.

Ce bloc fait l'objet d'un certificat spécifique.

RNCP26207BC04 — Présenter et argumenter sa campagne de communication devant un commanditaire.

LISTE DE COMPÉTENCES

Compétences professionnelles :

- Présenter sa campagne de communication avec rigueur et force de conviction
- Proposer une argumentation axée sur la créativité et l'innovation du projet.

Modalités d'évaluation :

- Mise en situation professionnelle réelle : A partir d'un brief / cahier des charges d'une agence de communication présenter une campagne pour la réouverture d'un hôtel de luxe. Cette production est réalisée lors de la présentation devant le jury, soit 45 mn.

Ce bloc fait l'objet d'un certificat spécifique.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le poste de Directeur/trice artistique existe en agence et chez l'annonceur.

Les différents types d'employeurs d'un/e Directeur/trice artistique sont :

- les agences de communication et de publicité,
- les agences médias possédant un département communication,
- les entreprises investissant massivement dans les campagnes de communication ou produisant de nombreux catalogues (VPC, luxe, grande consommation...),
- les studios de création indépendants,
- les annonceurs (les marques).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le métier est désigné sous les libellés suivants :

- Directeur/trice artistique,
- Directeur/trice artistique junior,
- Webdesigner,
- Graphiste créatif/ve,
- Graphiste.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaires médians (mensuels)	2 449 €

Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	10 098
Jugés difficiles à recruter	22 %
Emplois saisonniers	20 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS
Formation initiale, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, VAE
5 professionnels/les dont 4 extérieurs/es à l'organisme :

- 2 employeurs (1 femme et un homme),
- 2 salariés (1 femme et un homme),
- La directrice de l'établissement.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 07/06/2021

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/26207/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	118
Montant total engagé	178 018 €
Coût moyen par dossier	1 509 €
Durée moyenne	53 h
Période	04/2020 – 12/2021
France compétences	89 %
Reste à charge titulaire	9 %
France Travail	2 %
Entreprise	1 %

