

Directeur artistique multimédia

RNCP34814 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320v, 322n
Formacode(s)	31090, 46003, 46337
Code(s) ROME	E1205, E1104, M1805, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/07/2020
Date d'échéance	23/07/2025

Certificateur(s)

ECAD CONSULTANTS · SIRET : 33115405400117<https://www.iesa.fr/>

Partenaires habilités

12 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 10 à former et organiser l'évaluation et 2 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
CIFACOM	48332570000027	Former et organiser l'évaluation
DIGITAL CAMPUS-ESARC-ESG SPORT LYON	75253547600440	Former et organiser l'évaluation
ECAD CONSULTANTS	33115405400117	Former et organiser l'évaluation
ECOLE D'ARTS APPLIQUES	79439110200058	Former
ESGCV	75253547600150	Former et organiser l'évaluation
ESGCV	75253547600366	Former et organiser l'évaluation
ESGCV - 75253547600309	75253547600309	Former et organiser l'évaluation
GALILEO VAE	90077772300025	Former et organiser l'évaluation
ICADEMIE	48908897100093	Former
L ECOLE MULTIMEDIA	40441398100014	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 12 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34814-directeur-artistique-multimedia/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les métiers du graphisme ont connu une forte évolution avec le développement des supports de communication numériques. L'essor des médias sociaux, de la communication multicanaux (téléphonie mobile, tablettes...) et du e-marketing modifie encore les méthodes, techniques et outils de travail. De nouvelles façons de concevoir des interfaces graphiques sont apparues. Les projets sont plus aboutis, l'expérience utilisateur est renforcée ainsi que l'interaction avec les utilisateurs, le motion design est de plus en plus présent, ainsi que la vidéo. Les entreprises

investissent lourdement dans la communication digitale, tant au niveau des équipements que du recrutement.

La certification de l'École Multimédia

s'appuie sur les activités historiques et les compétences liées du directeur artistique multimédia: l'analyse des besoins, la création et recommandation de concepts créatifs, la création et la réalisation de divers supports de communication, l'interface avec le client, le pilotage de projet et l'encadrement d'équipe, avec un renforcement des compétences en UX design et conception de d'animations et de datavisualisations.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse des besoins d'une entreprise et proposition d'une stratégie créative

- Réception et étude de briefs client, appels d'offre et/ou cahiers des charges.
- Étude du positionnement du commanditaire et de la marque.
- Étude de la concurrence et de l'environnement du commanditaire.
- Étude des besoins de l'utilisateur final.
- Réalisation de personas.
- Propositions créatives (sous forme de prototypes), adaptées à différents supports.
- Présentation et explication d'une démarche artistique et de préconisations, au client et aux différents acteurs du projet.

Conception d'un projet de design graphique et interactif

- Élaboration de concepts graphiques et interactifs déclinables.
- Conception d'identité visuelle globale.
- Conception d'objets visuels (animations, datavisualisations...).
- Production d'un document de synthèse décrivant les concepts graphiques et interactifs à destination des équipes de travail.

Pilotage de la réalisation d'éléments graphiques et interface avec un client

- Organisation de la réalisation des éléments de communication.
- Choix et gestion de l'équipe de réalisation (en interne et prestataires externes).
- Organisation de points d'étape et de validation avec l'équipe et le client.
- Collaboration à la réalisation des différents supports de communication. Contrôle (et correction) des éléments réalisés.
- Présentation et livraison au client des réalisations.
- Production de documents de référence et de synthèse.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Analyse des besoins d'une entreprise et proposition d'une stratégie créative

- Analyser la demande du commanditaire.
- Analyser l'environnement du client et de la marque.
- S'immerger dans l'univers d'une marque.
- Identifier les comportements et les motivations des utilisateurs finaux et les synthétiser sous forme de personas.
- Représenter visuellement le parcours utilisateur à travers une carte d'expérience (expérience map).
- Identifier, analyser et s'approprier les tendances.
- Créer des prototypes.
- Synthétiser les propositions créatives dans un cahier des charges.
- Formuler clairement au client les principes graphiques et interactifs d'un projet.

2. Conception d'un projet de design graphique et interactif

- Réaliser des maquettes fonctionnelles et ergonomiques.
- Coordonner et animer un ou des groupes de travail et de réflexion.
- Réaliser un story-board des écrans du projet.
- Appliquer les règles d'accessibilité.
- Choisir une iconographie pertinente.
- Concevoir des représentations visuelles (animations, cartes, tableaux, chronologies, graphiques...).
- Structurer des informations sous forme d'une charte graphique.

3. Pilotage de la réalisation d'éléments graphiques et interface avec un client

- Planifier les étapes de production des objets de communication.
- Superviser les équipes de production.
- Résoudre les conflits et trouver des solutions.
- Organiser la communication.

- Contrôler les réalisations produites.
- Utiliser les outils, logiciels, langages de programmation.
- Exprimer efficacement ses choix et conseiller un client.
- Produire une documentation complète de conception et de réalisation.

Blocs de compétences

RNCP34814BC01 — Analyse des besoins d'une entreprise et proposition d'une stratégie créative

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 - Analyser la demande du commanditaire, en s'appuyant sur la lecture du brief et des documents fournis (charte graphique, charte éditoriale, charte interactive, positionnement de marque...) afin de comprendre la stratégie de communication, les enjeux, les valeurs, les forces et les faiblesses de la marque et pouvoir formuler des propositions de dispositifs visuels adaptés.

C1.2 - Analyser l'environnement du client et de la marque, grâce à des études de marchés et de la concurrence, afin d'approfondir ses connaissances et enrichir sa compréhension du contexte du projet.

C1.3 - S'immerger dans l'univers d'une marque en interrogeant des spécialistes et/ou en consultant la littérature s'y rapportant, afin d'en comprendre les spécificités.

C1.4 - Identifier les comportements et les motivations des utilisateurs finaux (end-users), par le biais d'enquêtes utilisateurs (interviews, tests...), afin de répondre au mieux à leurs attentes et à leurs besoins.

C1.5 - Structurer et synthétiser les informations recueillies sur les profils utilisateurs (personas), sous forme de « fiches » visuelles claires, afin de permettre à chaque acteur du projet de rester centré sur la cible.

C1.6 - Représenter visuellement le parcours utilisateur à travers une carte d'expérience (expérience map), afin de permettre à tous de comprendre le comportement des utilisateurs finaux, identifier les principaux points critiques et améliorer un produit.

C1.7 - Identifier, analyser et s'approprier les tendances en faisant preuve de curiosité et en pratiquant une veille active sur la création graphique et le design, l'émergence de nouveaux outils et techniques de communication et l'évolution des technologies associées, afin de comprendre les spécificités et le potentiel de chaque support de communication et en exploiter pleinement les possibilités (limites, évolutions, secteurs, tendances et enjeux).

C1.8 - Créer des prototypes (sous forme de maquette, rough et/ou story-board animé) en s'appuyant sur les règles de la communication visuelle adaptée au multimédia, à la mise en page et à la typographie, afin de définir une direction artistique.

C1.9 - Synthétiser les propositions créatives dans un cahier de préconisations (cahier des charges) comprenant des planches tendances (moodboard), des maquettes, des scénarii..., ainsi que le budget et le planning prévisionnels, permettant aux différents acteurs d'un projet de s'approprier les principes graphiques et interactifs proposés et de les valider.

C1.10 - Formuler clairement au client, grâce à un vocabulaire professionnel adapté et argumenté, les principes graphiques et interactifs d'un projet, ainsi que le budget et le planning prévisionnels, afin d'obtenir sa validation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée, étude de cas:

analyse des besoins d'une entreprise et proposition d'une stratégie créative.

Présentation devant un jury

RNCP34814BC02 — Conception d'un projet de design graphique et interactif

LISTE DE COMPÉTENCES

C2-1 - Réaliser des maquettes fonctionnelles et ergonomiques (wireframe, mockup ou zoning) à l'aide d'un outil de prototypage adapté (type Axure, Basamiq, Sketch), permettant la représentation des interfaces ainsi que la hiérarchie d'information, afin de rendre compréhensible et duplicable un concept graphique et interactif par les équipes de travail.

C2-2 - Coordonner et animer un ou des groupes de travail et de réflexion, afin de recueillir des propositions graphiques et en apprécier la qualité, la pertinence, la faisabilité.

C2-3 - Réaliser un story-board des écrans du projet en représentant un enchaînement simulant les interactions du support ainsi que la hiérarchie d'information, afin de scénariser une expérience client.

C2-4 - Appliquer les règles d'accessibilité, dans le respect des protocoles et préconisations émises par le W3C (World Wide Web Consortium) en choisissant les éléments (couleurs, contrastes, typos, maquettes, sous-titre,

optimisation pour mobile...) qui permettront au plus grand nombre d'accéder à tous les contenus, quels que soient leurs capacités physiques ou mentales, leur matériel, leur infrastructure réseau, etc.

C2-5 - Choisir une iconographie pertinente au regard d'un parti pris graphique, afin d'illustrer de façon unique la stratégie de la marque.

C2-6 - Concevoir des représentations visuelles (animations, cartes, tableaux, chronologies, graphiques...) cohérentes et hiérarchisées, en organisant et synthétisant graphiquement des données brutes et complexes, afin de les rendre compréhensives.

C2-7 - Structurer des informations sous forme d'une charte graphique présentant un concept graphique, une identité visuelle et les principes interactifs d'un projet, afin de permettre aux différents acteurs (graphistes, motion designers, illustrateurs, photographes...) de se référer à un document commun.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée

Conception d'un projet de design graphique et interactif

Présentation devant un jury.

RNCP34814BC03 — Pilotage de la réalisation d'éléments graphiques et interface avec un client

LISTE DE COMPÉTENCES

C3-1 - Planifier les étapes de production des objets de communication, en utilisant des outils de pilotage dédiés (type Gantt...), en faisant preuve d'un bon sens de l'organisation et de méthodologie, afin de respecter le planning et le budget validé par le client.

C3-2 - Superviser les équipes de production, en interne et/ou en externe, grâce à sa connaissance des spécificités et des contraintes des différents intervenants (graphistes, illustrateurs, motion designers, photographes, réalisateurs vidéo...), amenés à travailler sur un projet commun.

C3-3 - Résoudre les conflits et tro

uver des solutions, en faisant appel à ses qualités de manager et sa résistance au stress, afin de garantir la cohésion d'équipe et la motivation autour du projet.

C3-4 - Organiser la communication, en choisissant et mettant en place des outils et moyens adaptés (réunions de cadrage, plateforme de travail collaborative...) afin de permettre le suivi de la production à tous les acteurs du projet et d'en assurer la qualité et la cohérence.

C3-5 - Contrôler les réalisations produites, en s'appuyant sur la charte graphique et en veillant tout particulièrement au respect des normes d'accessibilité, afin d'assurer de la conformité des éléments réalisés avec le projet validé par le client.

C3-6 -

Utiliser les outils, logiciels, langages de programmation (type Photoshop, Illustrator, In Design, After Effects, Animate, HTML/CSS, dispositifs en ligne...) afin de commander, produire et/ou corriger des réalisations.

C3-7 - Exprimer efficacement ses choix et conseiller un client tout au long du projet, en faisant preuve de diplomatie et de capacité de vulgarisation, afin de lui donner la visibilité nécessaire à l'arbitrage des décisions.

C3-8 - Produire une documentation complète de conception et de réalisation, à destination du commanditaire, comprenant un rappel du brief, les analyses de la marque et des utilisateurs, le benchmark, les différentes étapes de création, les pistes graphiques et la charte graphique, permettant de pérenniser le projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle: pilotage de la réalisation d'éléments graphiques et interface avec un client

Présentation devant un jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur artistique multimédia exerce son activité dans des structures variées : agences de communication/marketing/e-commerce/publicité, studios de création, entreprises utilisatrices (chez l'annonceur), entreprises accompagnatrices de la transformation digitale des entreprises, maisons d'édition et entreprises de presse, éditeurs de logiciels, opérateurs de télécommunication...

Il travaille principalement en tant que salarié, mais peut également offrir ses services en indépendant, avec un statut adapté.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les titulaires de la certification accèdent aux métiers suivants : directeur/trice de création, art director/web art director, directeur/trice artistique web/internet, designer d'interfaces, creativ technologist, visuel designer, designer interactif. En début de carrière, les certifiés peuvent occuper des postes de webdesigner, assistant/e directeur/trice artistique, UI/UX designer, graphiste, infographiste.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Aucune

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible, Lien formation-emploi
Salaire médian (mensuel)	2 651 €
Diplôme le plus fréquent	Diplôme de niveau bac+5 ou plus (doctorat, master ou équivalent) en communication et information (41 % des actifs en emploi)
Familles professionnelles (FAP)	M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique · tension 4/5 (Élevée) M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom · tension 5/5 (Très élevée) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · 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)	36 559
Jugés difficiles à recruter	45 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	M1X80 — Techniciens d'étude et de développement en informatique M2X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en informatique et télécom U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Le niveau 5 est le minimum requis pour accéder à la certification de directeur/trice artistique multimédia.

Les candidats à la certification doivent faire preuve d'un niveau suffisant en :

- Culture générale,
- Maîtrise du graphisme et du multimédia,
- Connaissances en communication,
- Maîtrise du maniement d'un ordinateur et excellente pratique des logiciels de PAO et bureautiques,
- Langue française (compréhension, analyse, expression écrite, orthographe, syntaxe, vocabulaire).

Les candidats sont reçus en entretien afin de valider ces pré-requis. Ils doivent également présenter leurs travaux, leur projet professionnel, exposer leur motivation ainsi que leur connaissance des métiers accessibles grâce à la certification et la cohérence de leur démarche dans une évolution de formation et/ou d'emploi.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le président du jury (professionnel extérieur à l'École Multimédia)

3 professionnels extérieurs

2 formateurs et/ou coordinateurs référents

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Le président du jury (professionnel extérieur à l'École Multimédia)

3 professionnels extérieurs

2 formateurs et/ou coordinateurs référents

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Le président du jury (professionnel extérieur à l'École Multimédia)

3 professionnels extérieurs

2 formateurs et/ou coordinateurs référents

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 500 €
Selon la branche	6 000 € – 7 559 €
Prise en charge	Branches concernées
7 500 €	Valeur par défaut · 203 branches
7 559 €	CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEFP Sports Loisirs, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
7 515 €	CPNEFP des commerces de gros
7 480 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 210 €	CPNEFP Commerce à distance
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
6 300 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	23/07/2020
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/07/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	29	0	84 %	—
2018	40	0	88 %	49 %
2017	29	0	92 %	54 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP28284

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40882

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ecole-multimedia.com/fr/nos-formations/formation-continue/creation-digitale/directeur-artistique-multimedia-1558.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34814/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	358
Parcours menés à terme	298
Taux d'achèvement	83 %
Période	02/2022 – 07/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	405
Montant total engagé	802 707 €
Coût moyen par dossier	1 982 €
Durée moyenne	206 h
Période	10/2020 – 07/2025
France compétences	89 %
France Travail	7 %
Reste à charge titulaire	2 %
Régions	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %
Entreprise	0 %
OPCO	0 %
État	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.