

Directeur artistique en stratégie et design de marque

RNCP34816 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320v, 322n
Formacode(s)	15004, 46347, 46072, 46081
Code(s) ROME	E1205, E1104, M1805, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	23/07/2020
Date d'échéance	23/07/2023

Certificateur(s)

ECOLE.INTUIT-LAB · SIRET : 43805268000024

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
FORMATION INTUIT LAB PRO	49148406900019	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titre « Directeur artistique en stratégie et design de marque » vise à professionnaliser des personnes au métier de directeur artistique, en développant leurs compétences pour superviser l'ensemble de la communication visuelle pour une marque : du concept créatif à la réalisation graphique pour l'édition imprimée et digitale. Le titre spécialise à une double expertise, à la fois stratégique et digitale (UX/UI design) pour former des « stratèges créatifs ».

ACTIVITÉS VISÉES

Conception

et pilotage d'une stratégie de marque innovante

Conception

d'un projet de communication et design de marque avec les équipes créatives

Pilotage de la réalisation d'un prototype de produit de design interactif (UX/UI design)

Réalisation d'un projet d'animation graphique et vidéo (motion design)

Réalisation d'un projet

graphique pour l'édition imprimée et digitale

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1) Conception et pilotage d'une stratégie de marque innovante

- Identifier les besoins d'un client en termes de stratégie de positionnement tout en prenant en compte le marché, la concurrence, les tendances, l'histoire et l'ADN de la marque.
- Accompagner le client dans la formulation de sa problématique en utilisant les méthodologies de carte holistique (mindmapping), de la pensée agile et du design thinking.
- Évaluer la faisabilité du projet et son intégration dans un environnement concurrentiel en prenant en compte les

contraintes esthétiques, techniques et budgétaires.

- Diriger des équipes créatives et pluridisciplinaires en stimulant la créativité, en animant les réunions de travail et en fédérant les collaborateurs autour du projet.
- Élaborer la stratégie d'innovation de la marque, tout en développant des pistes alternatives autour d'un concept.
- Créer des planches concepts et des planches tendances comprenant une composition de mots, d'images, de croquis, de photographies, de typographie, de pictogrammes.
- Concevoir une stratégie de communication de marque adaptée à la demande du client.
- Présenter la stratégie et la recommandation créative au client, à l'aide du support adéquat.

2) Conception

d'un projet de communication et design de marque avec les équipes créatives

- Réaliser la création et l'organisation de l'identité visuelle d'une marque.
- Dessiner le logotype et la typographie identitaire de la marque, dans le respect de l'identité visuelle.
- Garantir l'adaptation des éléments graphiques, sonores et iconographiques aux choix médias de la marque.
- Présenter le projet final en partageant à ses équipes sa vision, ses directions créatives et les déclinaisons artistiques retenues à suivre.

3) Pilotage de la réalisation d'un prototype de produit de design interactif (UX/UI design)

- Déterminer les nécessités d'usage, le scénario de parcours, l'ergonomie et l'accessibilité d'une interface digitale.
- Piloter une équipe autour d'ateliers collaboratifs en vue de dégager des solutions créatives au projet.
- Superviser la réalisation du prototype par les équipes à l'aide d'un logiciel de design interactif permettant la retranscription de l'expérience des utilisateurs sous forme claire et synthétique.
- Tester le prototype en fonction de l'analyse des tests des utilisateurs.

4)

Réalisation d'un projet d'animation graphique et vidéo (motion design)

- Créer un script d'animation graphique et vidéo à l'aide du motion design.
- Définir l'univers visuel du projet (genre, couleurs, style, typographie, rythme...).
- Assurer la production des animations graphiques 2D-3D en impulsant la vision du projet aux collaborateurs et appliquant le scénario avec les logiciels d'animation graphique ou de montage vidéo.
- Contrôler la réalisation et la qualité des animations graphiques 2D-3D produites par les équipes, tout en proposant les améliorations et faisant de derniers ajustements.

5)

Réalisation d'un projet

graphique pour l'édition imprimée et digitale

- Piloter la production graphique (print et digitale).
- Réaliser une maquette ou un prototype au moyen d'un logiciel de publication assistée par ordinateur.
- Organiser la composition graphique en supervisant l'équipe dédiée composée notamment d'un metteur au net, d'un infographiste et/ou d'un retoucheur image.
- Organiser la composition digitale en prenant en compte les aspects suivants : codage, templates, design d'interface, en les vérifiant auprès des équipes et des différents prestataires.
- Contrôler le projet créatif avant son édition en s'assurant de l'adéquation entre le livrable et l'intention artistique initiale.

Blocs de compétences

RNCP34816BC01 — Conception et pilotage d'une stratégie de marque innovante

LISTE DE COMPÉTENCES

C1.1 Identifier les besoins d'un client en termes de stratégie de positionnement tout en prenant en compte le marché, la concurrence, les tendances, l'histoire et l'ADN de la marque, afin de construire un projet artistique adapté à la marque.

C1.2 Accompagner le client dans la formulation de sa problématique en utilisant les méthodologies de carte holistique (mindmapping), de la pensée agile et du design thinking, afin de formaliser le projet du client, tout en respectant le RGAA (Référentiel général d'accessibilité pour les administrations) et en sensibilisant le client sur l'impact écologique de son projet et l'accessibilité des produits qu'il va développer, en répondant aux trois items du design thinking : viabilité, faisabilité et désirabilité.

C1.3 Évaluer la faisabilité du projet et son intégration dans un environnement concurrentiel en prenant en compte les

contraintes esthétiques, techniques et budgétaires, afin de construire un projet pertinent et viable, éco responsable et bienveillant.

C1.4 Diriger des équipes créatives et pluridisciplinaires en stimulant la créativité, en animant les réunions de travail et en fédérant les collaborateurs autour du projet, afin de partager et de sélectionner les idées les plus pertinentes et de concevoir une stratégie innovante pour le projet.

C1.5 Élaborer la stratégie d'innovation de la marque, tout en développant des pistes alternatives autour d'un concept, en s'appuyant sur une veille visuelle et technique, dans l'objectif d'émettre des recommandations innovantes et adaptées au client.

C1.6 Créer des planches concepts et des planches tendances comprenant une composition de mots, d'images, de croquis, de photographies, de typographie, de pictogrammes, s'appuyant sur les principes d'éco-responsabilité et d'accessibilité, afin de mettre en valeur visuellement la stratégie d'innovation de marque.

C1.7 Concevoir une stratégie de communication de marque adaptée à la demande du client en utilisant les supports de l'édition et du digital, afin de construire une plate-forme de marque cohérente et responsable.

C1.8 Présenter la stratégie et la recommandation créative au client, à l'aide du support adéquat, en argumentant et en défendant les solutions choisies au client afin d'obtenir la validation de la stratégie de marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle

- présentation d'un avant-projet à un client-
- atelier de design thinking
- animation d'une séance de « brainstorming »
- proposer des recommandations à un client fictif (professionnel extérieur à l'établissement)

Cas pratique

- présentation d'un dossier écrit développant la stratégie de communication

Étude de cas

- benchmarking

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat.

RNCP34816BC02 — Conception d'un projet de communication et design de marque avec les équipes créatives

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1 Réaliser la création et l'organisation de l'identité visuelle d'une marque (matières, couleurs, charte graphique, choix iconographique, ambiance sonore...)

en prenant en compte les principes d'éco-responsabilité et d'accessibilité, afin de concevoir sa singularité.

C2.2 Dessiner le logotype et la typographie identitaire de la marque, dans le respect de l'identité visuelle, afin de structurer le design de la marque.

C2.3 Garantir l'adaptation des éléments graphiques, sonores et iconographiques aux choix médias de la marque, afin d'assurer la cohérence de l'identité visuelle.

C2.4 Présenter le projet final en partageant à ses équipes sa vision, ses directions créatives et les déclinaisons artistiques retenues à suivre afin d'assurer l'unification et la cohérence visuelle de la marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique

- réalisation de planches graphiques
- le candidat doit créer une identité visuelle propre à un client.
- inventer une police de caractère

Mise en situation professionnelle

- Le candidat devra présenter un dossier de recherches graphiques et un texte présentant les concepts mobilisés, tout en répondant aux exigences du cahier des charges.

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat.

RNCP34816BC03 — Pilotage de la réalisation d'un prototype de produit de design interactif (UX/UI design)

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1 Déterminer les nécessités d'usage, le scénario de parcours, l'ergonomie et l'accessibilité d'une interface digitale en tenant compte des retours utilisateurs, afin de réaliser un produit de design interactif.

C3.2 Piloter une équipe autour d'ateliers collaboratifs en vue de dégager des solutions créatives au projet, en prenant

en compte le besoin en design d'interaction identifiés.

C3.3 Superviser la réalisation du prototype par les équipes à l'aide d'un logiciel de design interactif permettant la retranscription de l'expérience des utilisateurs sous forme claire et synthétique en vue d'optimiser la fluidité de la navigation et l'accessibilité à tous les publics.

C3.4 Tester le prototype en fonction de l'analyse des tests des utilisateurs afin d'optimiser le produit de design graphique, tout en donnant des directives d'amélioration et en prenant en compte l'écologie digitale (poids du livrable numérique, diminution des pixels de noir, allègement des éléments visuels...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle :

- projet de design d'interaction

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat.

RNCP34816BC04 — Réalisation d'un projet d'animation graphique et vidéo (motion design)

LISTE DE COMPÉTENCES

C4.1 Créer un script d'animation graphique et vidéo à l'aide du motion design pour valoriser un projet, un produit ou une marque, tout en prenant en compte l'accessibilité par tous les publics.

C4.2 Définir l'univers visuel du projet (genre, couleurs, style, typographie, rythme...) afin de donner les directions créatives permettant aux équipes de réaliser un film contenant des animations graphiques 2D-3D conforme au scénario et à la stratégie de marque jusqu'à la diffusion.

C4.3 Assurer la production des animations graphiques 2D-3D en impulsant la vision du projet aux collaborateurs, et appliquant le scénario avec les logiciels d'animation graphique ou de montage vidéo, afin d'obtenir le prototype du film.

C4.4 Contrôler la réalisation et la qualité des animations graphiques 2D-3D produites par les équipes, tout en proposant les améliorations et faisant de derniers ajustements afin d'aboutir à un projet d'animation graphique et vidéo final

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratique :

- réalisation d'un film

La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat.

RNCP34816BC05 — Réalisation d'un projet graphique pour l'édition imprimée et digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

C5.1 Piloter la production graphique (print et digitale) en veillant au respect de toutes les étapes techniques de la maquette par les équipes afin d'atteindre un produit fini éco- responsable et adapté à tous les publics.

C5.2 Réaliser une maquette ou un prototype au moyen d'un logiciel de publication assistée par ordinateur afin de formaliser un document final à faire imprimer par des prestataires choisis en fonction de leur capacité à respecter les contraintes de fabrication dans un respect technique, artistique et écologique.

C5.3 Organiser la composition graphique en supervisant l'équipe dédiée composée notamment d'un metteur au net, d'un infographiste et/ou d'un retoucheur image, en veillant à ce qu'elle prenne bien en compte les aspects suivants : charte graphique, couleurs, mise en page, typographie afin de les soumettre et de les faire valider auprès du prestataire (imprimeur, photographeur...) tout en veillant à ce que ce dernier respecte les principes d'écoresponsabilités.

C5.4 Organiser la composition digitale en prenant en compte les aspects suivants : codage, templates, design d'interface, en les vérifiant auprès des équipes et des différents prestataires afin de finaliser un livrable digital écoresponsable.

C5.5 Contrôler le projet créatif avant son édition en s'assurant de l'adéquation entre le livrable et l'intention artistique initiale afin de pouvoir le cas échéant organiser avec les équipes inhérentes au projet des modifications sur les paramètres graphiques et/ou techniques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

- portant sur un projet de design.

• réalisation d'un projet de design graphique et digital La validation du bloc se matérialise par la remise d'un certificat.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur artistique évolue dans le secteur de la communication, ainsi que dans les entreprises d'une certaine importance qui ont les moyens d'investir dans des campagnes de communication (grande consommation, VPC, luxe etc.). Il peut également travailler au sein de studios de création indépendants. Il s'agit d'un domaine dans lequel les freelances sont nombreux.

Le directeur artistique en stratégie et design de marque est amené à travailler soit en tant que

- salarié au sein d'une agence de communication, une agence de communication événementielle, une agence de design, une agence de publicité, une agence de promotion, une maison d'édition, une agence web, de services multimédia ou audiovisuel, d'ateliers et studios de création graphique, de studios d'animation, de sociétés éditrices de produits multimédia et jeux vidéo ou au sein de services de communications d'une grande institution ou d'une grande entreprise (presse, audiovisuelle, post-production, média, internet), il peut aussi travailler au sein d'entreprises sur la marque.
- indépendant pour le compte de divers clients ;
- freelance pour le compte d'agences ;
- entrepreneur et créateur d'entreprise dans le domaine de la création, du conseil au service de la marque.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur artistique
- Directeur artistique junior
- Directeur artistique senior
- Directeur artistique en design graphique

Métiers connexes (exerçant une partie des activités visées ou en début de carrière) :

- Chef de création artistique
- Chargé de projet artistique
- Designer graphique
- UX designer
- UI designer
- Motion Designer
- Graphiste
- Maquettiste
- Illustrateur Webdesigner

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

/

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 prérequis pour accéder au dispositif de certification est d'être titulaire au minimum d'un diplôme de niveau 6 ou équivalent dans les arts appliqués.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury de certification est composé de 4 membres

(75% de membres extérieurs) :

- une personne de l'équipe Intuit.lab
- un professionnel extérieur, directeur de création d'une grande agence de design ou de communication
- un professionnel extérieur (directeur de création directeur artistique) d'une agence de design ou communication
- un professionnel extérieur (directeur de création directeur artistique) d'une agence de design ou communication

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

Le jury de certification est composé de 4 membres

(75% de membres extérieurs) :

- une personne de l'équipe Intuit.lab
- un professionnel extérieur, directeur de création d'une grande agence de design ou de communication
- un professionnel extérieur (directeur de création directeur artistique) d'une agence de design ou communication
- un professionnel extérieur (directeur de création directeur artistique) d'une agence de design ou communication

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Le jury de certification est composé de 4 membres

(75% de membres extérieurs) :

- une personne de l'équipe Intuit.lab
- un professionnel extérieur, directeur de création d'une grande agence de design ou de communication
- un professionnel extérieur (directeur de création directeur artistique) d'une agence de design ou communication
- un professionnel extérieur (directeur de création directeur artistique) d'une agence de design ou communication

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	7 951 €
Selon la branche	7 200 € – 8 000 €
Prise en charge	Branches concernées
7 951 €	Valeur par défaut · 209 branches
8 000 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 941 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
7 200 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil

Base légale

Date de décision	23/07/2020
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	23/07/2023

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	72	0	91 %	77 %
2017	64	1	98 %	64 %
2016	63	0	100 %	78 %
2015	76	0	98 %	74 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP19224

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP40164

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://ecole-intuit-lab.com/formations#annee-5-digital>

VAE : https://intuit-pro.com/wp-content/uploads/2019/11/VAE-le-mode-demploi-et-livret-1-intuit.lab_.pdf

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34816/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	48
Parcours menés à terme	51
Taux d'achèvement	106 %

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	113
Montant total engagé	394 585 €
Coût moyen par dossier	3 492 €
Durée moyenne	127 h
Période	09/2020 – 06/2023
France compétences	60 %
Reste à charge titulaire	20 %
France Travail	12 %
Régions	5 %
Entreprise	4 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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