

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia

RNCP36709 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320n, 132g
Formacode(s)	46339, 46340, 46341, 46311, 46347
Code(s) ROME	E1205, E1401, E1104, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/07/2022
Date d'échéance	20/07/2025

Certificateur(s)

CREAPOLE · SIRET : 34896866000046

<http://www.creapole.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification Directeur - concepteur artistique en communication visuelle et multimédia à CREAPOLE comporte 3 objectifs :

- Former des créateurs polyvalents maîtrisant les méthodologies de recherche pluridisciplinaire, les outils techniques et créatifs correspondant aux besoins stratégiques des entreprises et des marchés actuels.
- Faciliter l'insertion professionnelle par la pratique d'études de cas réels et la mise en place de stages professionnels au sein d'entreprises liées à la certification.
- Permettre une ascension hiérarchique plus rapide aux concepteurs artistiques issus de CREAPOLE du département "Communication visuelle et multimédia", grâce à une formation associant des savoirs-être et des compétences en management de projet et d'équipe.

ACTIVITÉS VISÉES

Exploration et analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition.

- Identification des évolutions, des influents, des tendances, de design, d'innovation, de diffusion et de besoins qui en découlent.

- Synthèse des données fournies par le commanditaire.
- Enrichissement du cadre de référence de l'activité du designer en communication visuelle et multimédia.

Elaboration du design de campagne de communication.

- Formulation de la stratégie.
- Elaboration des actions, du plan media, des contenus multisensoriels, du discours et du langage de la campagne.
- Finalisation du cahier des charges.

Management et conduite du projet de design

- Gestion des parties prenantes.
- Optimisation contractuelle et budgétaire.
- Contrôle et coordination.

Déploiement et diffusion de design de communication, et évaluation de la campagne.

- Préparation du lancement de campagne.
- Réalisation des éléments du projet créatif de la campagne de communication.

- Argumentaire en interne et en externe de la campagne de communication.
- Evaluation de l'impact de la campagne.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le Directeur - concepteur artistique en communication visuelle et multimédia est aujourd'hui indispensable dans les phases de conception, de réalisation et de fabrication d'une campagne de communication d'un objet (produit, marque, personnalité, service,...).

Le designer en communication visuelle et multimédia sait :

- analyser les tendances, les contextes sociologiques, ethnologiques, culturels, écologiques, économiques, environnementaux, etc.
- analyser la cible marketing, le positionnement de l'entreprise cliente et sa marque, la concurrence, etc.
- concevoir le déroulé et l'esthétique d'une campagne de communication (actions, discours, langages)
- définir ses instruments, ses fonctionnalités, ses usages, l'expérience utilisateur, son plan media
- créer la charte graphique et l'identité visuelle, la promesse, la copy strategy et l'accroche
- gérer et coordonner les parties prenantes (client, équipes créatives et sous-traitants)
- optimiser un budget - assurer le reporting et l'évaluation de la campagne de communication en cours et à l'issue du projet.

Le Directeur - concepteur artistique en communication visuelle et multimédia sait interagir avec un large panel de domaines, en effet la communication touche aujourd'hui tous les secteurs d'activité économique.

Outre sa participation active aux différentes étapes de la chaîne d'élaboration d'une campagne de communication, le Directeur Artistique en communication visuelle et multimédia agira en véritable chef de projet en assurant un véritable rôle stratégique et de management.

Blocs de compétences

RNCP36709BC01 — Exploration et analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition

LISTE DE COMPÉTENCES

C 1.1 Distinguer les différentes évolutions et courants liés à l'histoire de la communication et ses contextes (évolutions culturelles, mutations technologiques, tendances socio-économiques, contexte environnemental, normes...) pour

apporter une réponse perspicace et innovante.

C 1.2 Assurer des processus de veille :

(demande des consommateurs, évolution de la cible, tendances esthétiques, actualité de la création en design, en arts, nouvelles gammes, nouveaux produits, nouveaux services, nouveaux concepts, nouvelles identités, évolutions scientifiques, nouveaux outils de diffusion et de communication) pour répondre avec pertinence et créativité aux besoins du commanditaire.

C 1.3 Analyser le positionnement du commanditaire (marque, cible, marché...).

C 1.4 Analyser l'intérêt des commanditaires pour comprendre leurs positionnement stratégique.

C 1.5 Synthèse des données fournies par le client pour dégager une problématique, premier jalon de la recherche créative.

C 1.6 Rechercher et archiver des pistes créatives (formelles, de langage, de discours, d'image, de lieu, de supports...) afin de constituer une base documentaire réutilisable dans le cadre de futurs projets.

C 1.7 Consulter et développer les recherches créatives relatives au cahier des charges pour constituer le cahier de conception.

C 1.8 Synthétiser les informations transversales recueillies lors des recherches afin d'apporter des réponses adéquates à l'univers du commanditaire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

E1 : Études de cas :

- individuelle présentant une approche anthropologique, ethnologique et sociologique du design en lien avec la demande du client. - collective traitant de l'actualité de la technologie, du design de communication et de l'innovation. Les rendus sont visuels et écrits.

E2 : Mises en situation professionnelles :

- individuelle présentant une analyse de la problématique basée sur des données quantifiables, son analyse de marque, cible, client, concurrence, langage et produits existants, marchés... Et son impact RSE.

- collective présentant les hypothèses dans la demande implicite du client.

RNCP36709BC02 — Elaboration du design de campagne de communication.

LISTE DE COMPÉTENCES

C 2.1 Déterminer le positionnement stratégique du commanditaire pour adapter sa préconisation à l'ADN de marque, à son histoire, à ses cibles, à ses valeurs et ses spécificités, à son e-réputation.

C 2.2 Apprécier la cohérence entre la stratégie marketing de design et la stratégie marketing historique du commanditaire pour proposer un modèle cohérent où l'une sert l'autre.

C 2.3 Organiser et animer des brainstorming créatifs pour vérifier et augmenter la problématique issues de la campagne de communication à réaliser afin de concevoir la promesse, la copy strategy.

C 2.4 Représenter le design de la campagne de communication sous la forme la plus adaptée : logo, images 2D et 3D, vidéo, motion design, maquettes d'intention afin faciliter l'adhésion de principe autour de la faisabilité du projet.

C 2.5 Argumenter les partis pris formels, l'univers iconographique, la temporalité de la campagne, le plan média, et choix liés à l'expérience de l'utilisateur.

C 2.6 Transformer le "brief" (le demande) du client (objectifs commerciaux, médias et canaux utilisés, l'image, les technologies d'innovation, durée et coûts, etc), en un cahier des charges clair pour encadrer les différentes problématiques de conception de la campagne de communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

E1 : Études de cas réels :- collective traitant de l'actualité de l'innovation, du design de communication dans le cadre d'un concours extérieur à l'établissement. Les étudiants sont amenés à argumenter les recherches de formes, langage (identité visuelle), de discours, de contenus, expériences utilisateur, innovation technologique, etc.

Les rendus sont visuels et écrits.

E2 : Mises en situation professionnelles :- individuelle dans le cadre de leur projet de fin d'étude : Validation pédagogique d'une amorce de projet (jusqu'au concept), d'une situation fictive choisie par l'étudiant. Echouer à cette validation signifie pour l'étudiant de devoir proposer à nouveau un autre sujet d'étude.

RNCP36709BC03 — Management du projet et conduite du projet.

LISTE DE COMPÉTENCES

C3.1 Évaluer et allouer les ressources nécessaires à la bonne réalisation du projet pour garantir la maîtrise du budget.

C 3.2 Constituer une équipe de spécialistes pluridisciplinaire pour réaliser la mise en oeuvre des éléments de langage (identité visuelle, verbale, multisensorielle..)

C 3.3 Réaliser le rétro-planning afin de gérer et échelonner les temps d'intervention des parties prenantes.

C 3.4 Coordonner les interventions les différentes parties prenantes pour respecter le retroplanning et garantir la cohérence générale du projet.

C 3.5 Superviser les volets administratif, comptable et juridique du projet (droits d'auteurs, cession de droits) pour fluidifier et sécuriser les relations contractuelles.

C 3.6 Identifier les risques relatifs aux changements de conditions intervenus administratifs, comptables et juridiques. pour anticiper les modifications d'équipes, de délais ou de budget.

C 3.6 Evaluer la performance des actions afin de proposer, si besoin, des actions correctives.

C 3.7 Contrôler le respect du cahier des charges esthétique, fonctionnel ainsi que les coûts, les délais et les détails fonctionnels et techniques pour permettre une démarche d'amélioration continue et une communication régulière au client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

E1 : Mise en situation professionnelle collective :

Dans le cadre d'un concours externe à l'établissement :

- réponse à la problématique et création d'un concept.
- organisation d'un rétro planning.
- élaboration du storytelling, de scénari de chaque supports, présentation iconographique pour répondre à une exigence professionnelle.

– les rendus sont visuels et font l'objet d'une soutenance orale en français et en anglais.

E2 : Rapport d'immersion professionnelle :- évaluation des actions menées

- évaluation de la performance individuelle par rapport aux attendus du tuteur.

RNCP36709BC04 — Déploiement et diffusion de design de communication, et évaluation de la campagne.

LISTE DE COMPÉTENCES

- C 4.1 Identifier la valeur ajoutée de l'objet (produit, service, marque, événement, personnalité) à communiquer et en extraire les principaux atouts à mettre en avant.
- C 4.2 Modélisation des différentes actions (thème, discours et langage...) ainsi que leur scénarisation.
- C 4.3 Initier une identité visuelle identifiable et cohérente à l'objet de la campagne pour sa mise sur le marché.
- C 4.4 Réaliser la déclinaison de l'identité visuelle pour chaque action et ses supports.
- C 4.5 Argumenter le choix des instruments, des supports les plus adéquats à la campagne de l'objet pour être des plus convainquants dans l'objectif d'adhésion du commanditaire lors de la présentation finale du projet.
- C 4.6 Fabriquer une scénographie, un scénario dans le temps et l'espace pour mettre en valeur l'objet (durée, temporalité, PLV, motion design...).
- C 4.7 Présenter et argumenter l'objet communiqué de manière dynamique et interactive en mêlant plusieurs types de supports multimédias pour captiver les commanditaires et les clients.
- C 4.8 Rédiger les supports de communication complémentaires qui seront remis au client de manière professionnelle pour apporter un niveau de détail plus poussé et expliciter des concepts plus complexes.
- C 4.9 Structurer ses argumentaires de manière cohérente et logique pour démontrer à l'oral et à l'écrit, l'atteinte des objectifs au commanditaire ou aux futurs clients, en anglais comme en français.
- C 4.10 Identifier des indicateurs clés de la performance (KPI) pour constituer des outils de pilotage en cours et à l'issue du projet.
- C 4.11 Mettre en oeuvre des outils et des modalités de reporting afin d'analyser les résultats en cours et à l'issue du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- E1 : Professionnalisation individuelle :— présentation du book, présentation du site personnel de l'étudiant, présentation des réseaux sociaux de l'étudiant, présentation du curriculum vitae de l'étudiant, présentation du cahier de références personnel de l'étudiant
– rédaction et présentation visuelle
- E2 : Mise en situation professionnelle individuelle et soutenance orale : – rendu du projet de fin d'études présenté visuellement et soutenance du mémoire devant un jury extérieur à l'établissement, remise du mémoire faisant office de bilan écrit synthétique relatant le déroulement du projet de fin d'études.
- L'acquisition du bloc fait l'objet de la remise d'un certificat.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs de l'économie sont concernés par le domaine de la communication.

On retrouve les compétences de directeur-concepteur artistique en communication visuelle et multimédia dans le secteur de la publicité, de l'audiovisuel, de l'édition, en studio de création graphique, en agence de marketing direct, en agence de design pour le branding, dans un département de communication intégré à une entreprise, en agence de communication globale, en agence de promotion, en agence corporate design, en agence de packaging, dans l'événementiel, en studio multimédia, en agence web, dans la conception des applications virtuelles et logicielles, en département de communication des collectivités locales, des associations, en communication d'influence et de crise... Le rôle de directeur-concepteur artistique en communication visuelle et multimédia réside dans la détermination de concepts de communication novateurs répondant à des problématiques stratégiques, avant-gardistes, et prospectives.

Cette certification amène à des fonctions de cadre en agence ou en entreprise, ou comme indépendant, ou encore comme créateur de sa propre agence ou de sa propre marque.

Cette certification atteste des spécialistes qui participent à la stratégie marketing et qui interviennent dans la direction artistique au service d'une campagne de communication par le management de sa réalisation artistique. Ils sont en charge des contenus (discours et langage visuels) diffusés par les instruments et supports (web, médias sociaux, print, PLV, vidéo, motion design, événementiel, packaging, pitch...) qui composent les actions d'une campagne de communication.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les dénominations courantes des métiers et fonctions qu'occupent nos anciens étudiants sont :

- directeur de communication,
- directeur artistique,
- designer graphique,
- planneur stratégique,
- illustrateur,
- webdesigner,
- créatif publicitaire,
- média-planneur,
- chef de projet multimédia,
- motion designer,
- designer stratégique,
- designer ui et ux, ...

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
Salaire médian (mensuel)	2 386 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	9 101
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5 ou 6.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le jury est composé de 7 membres :

- l'enseignant-responsable du département concerné,
- 3 professionnels du design en communication et multimédia ou/et du marketing, n'intervenant pas au sein de l'enseignement du cursus de CREAPOLE,
- 3 décisionnaires (directeur ou président) ou chefs d'entreprises des mêmes domaines n'intervenant pas au sein de l'enseignement du cursus de CREAPOLE

Base légale

Date de décision	20/07/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	13	0	80 %	—
2020	8	0	100 %	57 %
2019	8	0	88 %	95 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP32001

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40915

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.creapole.fr/communication-visuelle-et-multimedia/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36709/>