

Directeur artistique plurimédia

RNCP36738 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320v
Formacode(s)	46090, 34074, 46003
Code(s) ROME	E1104
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	20/07/2022
Date d'échéance	20/07/2027

Certificateur(s)

AGR L'ECOLE DE L'IMAGE · SIRET : 80739401000027

AGR L'ECOLE DE L'IMAGE · SIRET : 80739401000019

Partenaires habilités

11 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 11 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
AGR L'ECOLE DE L'IMAGE	80739401000027	Former et organiser l'évaluation
AGR L'ECOLE DE L'IMAGE	88162399500019	Former et organiser l'évaluation
CAMPUS FONDERIE DE L'IMAGE	35386977900036	Former et organiser l'évaluation
CONSORTIUM INC	80835452600036	Former et organiser l'évaluation
ECOLE D'ARTS APPLIQUES	79439110200058	Former et organiser l'évaluation
ESTEN	51909311600035	Former et organiser l'évaluation
FONDERIE DE L'IMAGE	40441398100022	Former et organiser l'évaluation
GARTI	52221813000022	Former et organiser l'évaluation
OCTO	81248797300040	Former et organiser l'évaluation
SUPMODE/SUP-PHOTO	81248797300065	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 11 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp36738-directeur-artistique-plurimedia/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le directeur artistique plurimédia est le responsable de l'aspect visuel et artistique d'une publication, d'un projet multimédia, d'une campagne de publicité, d'un projet d'édition....

Le directeur artistique supervise la mise en forme par l'équipe créative des différents éléments de la campagne de communication, en support de la stratégie de communication qu'il aura définie, et des supports qu'il aura retenus.

En tant qu'expert, il est le responsable visuel d'une campagne de communication et s'assure de sa cohérence avec

l'identité visuelle de la marque.

Il crée et met en scène le message et l'image que veut faire passer le client. Il met en avant l'identité de la marque.

Sa fonction implique un aspect managérial. Il encadre une équipe de créatifs spécialisés que sont les graphistes, photographes, illustrateurs, développeurs...

ACTIVITÉS VISÉES

Analyser les besoins d'un client en matière de communication visuelle

Elaborer une stratégie de communication visuelle

Gérer une équipe créative

Piloter la production d'un projet de communication visuelle plurimédia

Développer sa carrière de directeur artistique

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1. Définir le message et l'image que le client souhaite véhiculer

C2. Déterminer la cible du client

C3. Réaliser une expertise du positionnement concurrentiel de l'entreprise cliente

C4. Réaliser une veille

C5. Traduire l'objectif de la campagne publicitaire en termes d'enjeux de communication

C6. Déterminer un concept pertinent en établissant une carte heuristique

C7. Définir l'identité visuelle à proposer au client

C8. Adapter l'identité visuelle à une communication 360°

C9. Présenter l'avant-projet au client

C10. Identifier les besoins en compétences

C11. Mettre en place l'équipe projet en recrutant les membres de l'équipe

C12. Coordonner les personnels en organisant des points d'étape

C13. Encadrer le travail de l'équipe

C14. Mettre en place une méthodologie de travail

C15. Superviser la création de visuels adaptés aux différents supports de communication

C16. Piloter la mise en œuvre d'un projet de design digital

C17. Assurer la présentation finale des livrables

C18. Définir les prestations proposées au regard de ses aptitudes

C19. Définir l'ordre de grandeur de sa tarification

C.20 Diffuser son offre de service en tant que directeur artistique entrepreneur

C.21 Proposer sa candidature à des agences, en justifiant les structures retenues au regard de son propre profil

Blocs de compétences

RNCP36738BC01 — Analyser les besoins d'un client en matière de communication visuelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1 Définir le message et l'image que le client souhaite véhiculer, en écoutant sa demande, en posant les questions nécessaires pour expliciter les contraintes du projet et en analysant ces paramètres afin d'apporter des propositions pertinentes.
- C2 Déterminer la cible du client, en réalisant une analyse fondée sur des critères quantitatifs et qualitatifs, et formalisant la typologie des clients qui en découle en distinguant entre la cible, le cœur de cible et la cible secondaire, afin de définir la stratégie communication visuelle.
- C3 Réaliser une expertise du positionnement concurrentiel de l'entreprise cliente, en tenant compte de sa gamme de produits et services, en comparant ses campagnes avec celles de ses concurrents et en l'intégrant dans un SWOT ou un SOAR, afin de déterminer le parti pris à développer dans la construction de son image de marque.
- C4 Réaliser une veille, en analysant les dernières tendances culturelles, en s'appropriant les nouveaux logiciels, langages, techniques, supports et canaux de diffusion, et en tenant compte des éventuelles évolutions réglementaires spécifiques à la communication du secteur d'activité du client, afin de concevoir une campagne innovante et pertinente.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée(C1 à C4)

Lors du projet inter-écoles « Campagne Solidaire », en partenariat avec une école de commerce, les commanditaires

sont des entités réelles : les porteurs de projets sont des associations dans le domaine de l'ESS. Il est attendu des candidats qu'ils créent une identité visuelle ou une stratégie de communication globale.

Pour ce projet, les candidats vont devoir :

- Recevoir les « clients », leur faire reformuler leurs attentes, analyser les impératifs et contraintes (C1)
- Définir et analyser la typologie des cibles (C2)
- Analyser la stratégie de communication des concurrents et analyser les campagnes antérieures (C3)
- Réaliser une veille et en présenter le résultat au regard du projet, en présentant (C4) :

o Des références graphiques

o Les nouveaux supports à prendre en compte (notamment sur les réseaux sociaux)

o Les nouvelles technologies adéquates (notamment dans le domaine du digital)

o Les contraintes juridiques du projet (loi Evin, droit à l'image...)

Modalités : Chaque candidat remet au client un dossier pdf de présentation complet.

En groupe, les candidats réalisent un oral pour argumenter et présenter les résultats de leurs recherches devant un jury de professionnels de la communication, le client et 2 formateurs de l'AGR.

RNCP36738BC02 — Elaborer une stratégie de communication visuelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- C5. Traduire l'objectif de la campagne publicitaire en termes d'enjeux de communication, en le formulant sous forme d'une question simple, en évitant l'utilisation de jargon et en veillant à ce qu'il soit acceptable pour le client, afin de lancer le processus de recherche de concept.
- C6. Déterminer un concept pertinent en établissant une carte heuristique, en conduisant un brainstorming et en recherchant des figures de style pertinentes pour le projet afin de fonder la campagne sur une idée compréhensible et percutante.
- C7. Définir l'identité visuelle à proposer au client, en définissant la ligne graphique en veillant à sa cohérence avec le secteur d'activité et la cible visée par le client, afin de valoriser la marque et de poser le cadre de travail des équipes créatives.
- C8. Adapter l'identité visuelle à une communication 360°, en choisissant les médias propres aux cibles visées, en sélectionnant les outils adéquats et en tenant compte des contraintes propres aux différents supports, afin d'assurer une communication efficace des messages du client sur les supports réalisés par les équipes créatives.
- C9. Présenter l'avant-projet au client, en réalisant des roughs à l'aide des moyens d'expression graphiques classiques (dessins, illustrations) et des maquettes graphiques adaptées aux supports retenus, en concevant un argumentaire clair et pédagogique et en réalisant une présentation en lien avec les objectifs et priorités du projet, afin d'assurer la pleine compréhension du client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée (C5 à C9)

Le candidat est soumis à un projet de Direction artistique globale.

Exemple de sujet : créer la communication pour ORB, concurrent de SphéroMini, un robot connecté.

Le candidat dispose d'un brief contenant : un dossier de références et notamment les campagnes de pub, applis, pack, du concurrent (SphéroMini) ainsi que les informations concernant la marque ORB sur laquelle le candidat va devoir communiquer (ton, cible, univers) et les attendus.

Le candidat :

- Réalise un argumentaire où il réprecise le contexte et reformule de façon simple la demande et ses enjeux (C5).
- Il réalise une carte heuristique qui permet d'expliquer le cheminement parcouru pour arriver à son concept. (C6).
- Conçoit l'identité visuelle (dans cet exemple, de ORB) (C7).
- Propose des déclinaisons de la charte sur différents supports adaptés au brief, au budget et aux cibles de la marque (C8)

Un dossier individuel complet, écrit, est rendu. Il se compose (C9) :

- D'un PDF d'une trentaine de pages reprenant tous les éléments de vente : recherches, concept, présentation, argumentation professionnelle, mock-up)
- De 8 dossiers séparés reprenant 1 à 1 tous les attendus : Logo, habillage, packaging, flyer, annonce presse, écrans de jeux, site web, motion

Modalités :

Travail individuel, production écrite.

RNCP36738BC03 — Gérer une équipe créative

LISTE DE COMPÉTENCES

- C10. Identifier les besoins en compétences, en passant en revue les livrables à produire, les techniques à maîtriser, les délais pour le faire et le budget imparti, afin de s'assurer de disposer des ressources nécessaires à la mission.
- C11. Mettre en place l'équipe projet en recrutant les membres de l'équipe, en prenant en compte les personnes en situation de handicap et en assignant les rôles de chacun (livrables à produire, sous quel format et sous quels délais), afin de construire un cadre de travail clair et efficace.
- C12. Coordonner les personnels en organisant des points d'étape, en tenant compte du process de création et de son enchaînement afin d'assurer de bonnes conditions de déroulement de la mission.
- C13 Encadrer le travail de l'équipe, en la réunissant, en écoutant les propositions des collaborateurs pour décider de celle qui sera retenue, en développant des espaces de créativité et de mobilisation et en gérant les conflits éventuels, afin d'assurer une bonne dynamique de travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée (C10 à C13)

Le candidat se voit confier une mission de communication globale (identité visuelle, édition, annonce presse, site web, responsive, motion animé).

Exemple de sujet : projet LEEM :

moderniser une gamme de cahier de coloriage qui s'appuie sur des histoires de la mythologie grecque.

Le candidat dispose d'un brief contenant : un dossier de références et notamment des campagnes de pub pour des cahiers de coloriage adultes et enfants, des sources d'inspiration graphiques de la mythologie grecque ainsi que les informations concernant la marque LEEM (marque fictive) sur laquelle le candidat va devoir communiquer (ton, cible, univers) et les attendus.

Le candidat doit :

- Lister et analyser l'ensemble des livrables à produire et déterminer les compétences nécessaires qui en découlent (C10)
- Identifier 2 étudiants du cycle « Graphiste Multimédia » (2ème année) qu'ils vont « recruter » en fonction de leurs compétences et des livrables à produire, puis les briefer pour travailler en équipe. Les candidats à la certification de directeur artistique vont définir un plan de travail qu'ils vont présenter à leurs co-équipiers (objectifs, hiérarchie des priorités...) Pour cela des entretiens sont menés. (C11)
- Une fois, les tâches réparties, les candidats du cycle Direction artistique vont organiser des points d'étapes (C12).
- Ils sont ensuite notés sur leur encadrement et leur façon de gérer l'équipe. Un formateur assistera à un point d'étape dirigé par le candidat. Lors de la présentation orale du dossier, le formateur présente également des situations fictives de gestion d'équipe au candidat (C13)

Modalités :

- Dossier PDF individuel
- Présentation orale individuelle

RNCP36738BC04 — Piloter la production d'un projet de communication visuelle plurimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

- C14. Mettre en place une méthodologie de travail, en explicitant les objectifs à atteindre en fonction des attentes du client, en définissant les priorités, en déterminant un plan de travail et un planning de réalisation et en adaptant le plan de travail en fonction des aléas et des impératifs internes et externes, afin d'assurer une conduite de mission fluide et le respect des objectifs initiaux.
- C15. Superviser la création de visuels adaptés aux différents supports de communication, en tenant compte des codes visuels nécessaires à la composition d'une image, en veillant à l'accessibilité des contenus aux personnes en situation de handicap, et en préconisant les outils et logiciels adaptés au traitement des images, afin de concevoir des livrables harmonieux et accessibles.
- C16 Piloter la mise en œuvre d'un projet de design digital, en composant la mise en page d'un site internet, en intégrant les éléments via des langages de programmation web, en réalisant des modélisations 3D et des animations, afin de présenter des propositions graphiques innovantes et de qualité.
- C17 Assurer la présentation finale des livrables, en s'assurant que le projet retenu corresponde au cahier des charges et en concevant un argumentaire clair et adapté à la présentation finale, afin de mettre en valeur le travail réalisé.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée(C14 à C17)

Lors du projet inter-écoles « Hyblab » (), le candidat est accompagné par des élèves d'une école de communication (en charge du contenu rédactionnel) et d'une école d'ingénieur (en charge de la partie développement web). Intégré à cette équipe projet dédiée à la création de contenus ou services numériques innovants, le candidat gère la Direction artistique du projet de datavisualisation.

Une fois que le candidat a reçu le brief du client (médias locaux ou nationaux), il va :

- Définir les objectifs à atteindre, en hiérarchisant les priorités et en mettant en place un rétroplanning, avec un budget associé. Le candidat doit présenter de façon individuelle, à l'oral et via une présentation projetée sa méthodologie de travail à deux intervenants de l'AGR, qui pilotent le projet. (C14)
- Prendre en charge la création des visuels et veiller leur accessibilité (lisibilité..) et à l'harmonie des visuels et de la mise en page. (C15)
- Le candidat supervise les étudiants de Polytech dans la réalisation technique du site internet (C16)

A la fin du projet Hyblab, le candidat doit (C17) :

- En groupe, créer un dossier qui comprendra l'ensemble des livrables pour le client. Il s'assurera de l'adéquation des rendus avec le cahier des charges.
- En groupe, effectuer une présentation publique du projet devant un jury de professionnels, les clients et les intervenants de l'AGR.
- De façon individuelle, réaliser une soutenance pour présenter le projet et les rendus devant les intervenants de l'AGR.

Modalités :

- Travail de groupe
- Dossier écrit
- Soutenance individuelle

RNCP36738BC05 — Développer sa carrière de directeur artistique

LISTE DE COMPÉTENCES

- C18. Définir les prestations proposées au regard de ses aptitudes, de ses envies, et en menant une veille sur le marché (supports de prédilection des clients...), afin de concevoir une offre attractive et réaliste.
- C19. Définir l'ordre de grandeur de sa tarification, en définissant une fourchette de taux horaire, journalier ou forfaitaire adaptée aux structures clientes ciblées (entreprises, associations...) afin d'assurer la cohérence de ses coûts et la viabilité de son activité.
- C20. Diffuser son offre de service en tant que directeur artistique entrepreneur, en se constituant un book, en créant un site dédié à son activité et en communiquant régulièrement quant aux missions réalisées, afin d'assurer la visibilité de son offre.
- C21. Proposer sa candidature à des agences, en justifiant les structures retenues au regard de son propre profil, en mettant en avant l'adéquation de son profil et de son parcours à l'agence retenue et en proposant un CV créatif, afin de maximiser ses chances de succès.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle reconstituée (C18, C19)

Le candidat réalise un projet « Autopromotion » où il va conceptualiser et développer deux pistes pour « se vendre ». Une fois le concept défini, l'étudiant va se mettre en scène et promouvoir ses compétences à travers des supports variés (logo, carte de visite, packaging, web, motion,...) en ciblant les agences visées (digitales, internationales...). (C18)

Le dossier présenté comprend un benchmark des concurrents et la présentation d'une tarification liée aux services proposés, adaptés aux cibles du candidat (C19)

Modalités :

Rendu d'un dossier PDF argumenté avec 2 pistes graphiques.

Mise en situation professionnelle reconstituée (C20)

Chaque candidat doit effectuer sa promotion sur un site dédié et également réaliser son propre site. Il va également réaliser un portfolio imprimé. (C20)

Modalités :

Rendu individuel d'un site web et d'un portfolio imprimé.

Mise en situation professionnelle reconstituée (C21)

Les candidats réalisent un CV interactif et des supports de communication qu'ils doivent présenter à des structures réelles lors de « speed-recruiting » : durant chaque entretien de 8mn, les entreprises échangent avec le candidat sur

la base de ses supports de communication. Chaque candidat rencontre une dizaine d'entreprises sur une période de 2 heures.

Lors du bilan de décembre, le candidat présente devant 3 intervenants de l'AGR ses démarches de prospection effectuées via un oral.

Modalités

- Travail individuel
- Production écrite
- Présentation orale

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur artistique est susceptible de travailler :

- En agence de communication
- En agence de promotion et de marketing direct
- En agence de publicité
- Dans des organes de presse
- Dans des studios de création graphique
- Dans des studios de développement de jeux vidéo
- Dans des studios de films d'animation

En parallèle de l'emploi salarié, les effectifs de directeurs artistiques indépendants tendent à augmenter, ce qui se traduit notamment dans le suivi de l'insertion de nos titulaires. Cette évolution est également confirmée dans la branche de la publicité de façon générale, avec 24% de concepteurs des arts graphiques concernés.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur artistique

Brand & UI/UX Designer

Art Director

Chef de projet web

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-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 300 €
Familles professionnelles (FAP)	U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	3 755
Jugés difficiles à recruter	20 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	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, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Chaque candidat en formation initiale passe un concours d'entrée. Pour les candidats en année de terminale, le concours consiste à réaliser une production graphique, de façon manuelle, et à présenter lors d'un entretien un dossier de travaux personnels. (durée : 3h).

Pour les candidats ayant déjà validé un premier diplôme ou titre dans le domaine visé au moins équivalent à un niveau 5, le concours consiste à concevoir un support graphique, et à présenter lors d'un entretien un book de ses travaux. (1 journée).

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

Au moins 50% de membres externes :

- 2 membres de l'équipe de l'AGR (le Directeur et un intervenant)
- A minima 2 professionnels extérieurs. Les postes occupés par ces professionnels peuvent être : Directeur.rice d'agence de communication, Directeur.rice de création, Directeur.rice artistique, Motion designer, DA digital

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	9 157 €
Selon la branche	7 000 € – 9 157 €
Prise en charge	Branches concernées
9 157 €	Valeur par défaut · 210 branches
7 697 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	20/07/2022
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	20/07/2027

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	24	0	100 %	—
2019	24	1	100 %	81 %
2018	23	2	100 %	78 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP28221

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.agr.fr/mastere-directeur-artistique-plurimedia-bac-plus-5>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	2
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Sessions	de 08/2025 à 09/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	135
Parcours menés à terme	134
Taux d'achèvement	99 %
Période	09/2023 – 07/2025

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	145
Montant total engagé	358 637 €
Coût moyen par dossier	2 473 €
Durée moyenne	132 h
Période	09/2023 – 06/2025
France compétences	77 %
Reste à charge titulaire	8 %
France Travail	8 %
Entreprise	3 %
Régions	3 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

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