

Directeur artistique multimédia

RNCP37662 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	320, 320v, 322n
Formacode(s)	34074, 46301, 46354, 46347
Code(s) ROME	E1205, E1104, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	31/05/2023
Date d'échéance	31/05/2028

Certificateur(s)

INSTITUT TECHNOLOGIES ET COMMUNICATION · SIRET : 43332219500010

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
COM'ART	53030459100015	Former et organiser l'évaluation
DAC ITECOM	79127226300017	Former et organiser l'évaluation
ITECOM	91389810200029	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La communication sur les réseaux sociaux et la communication multicanale (application sur le téléphone, via les tablettes numériques) ont modifié les habitudes de consommation mais aussi les usages en matière de communication interne ou externe. C'est dans ce cadre que le directeur artistique multimédia a pour rôle de proposer des concepts créatifs pour des campagnes de communication réalisées pour des clients annonceurs ou entreprises.

Son métier s'organise autour de quatre axes principaux : la conception, la négociation, réalisation et le suivi technique.

Les évolutions technologiques, mais également réglementaires, impactent de plus en plus le métier de directeur artistique modifiant certaines activités et développant certaines nouvelles compétences en lien avec l'univers multimédia. C'est dans ce sens que le directeur artistique multimédia se doit de répondre à des besoins grandissants de la part des annonceurs et ce, en adéquation avec les nouvelles méthodes de communication sur le marché de la communication visuelle.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse du brief client et contextualisation de la situation du commanditaire

Veille technologique

Proposition(s) créatives et commerciales

Conception d'un concept créatif global

Pilotage d'une équipe créative

Elaboration d'une stratégie sociale média adaptée aux besoins du commanditaire

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Recueillir les besoins créatifs du client dans le cadre d'un entretien de découverte afin de les analyser et les formaliser dans un brief client

Réaliser un benchmark national et international en s'appuyant sur une analyse concurrentielle détaillée afin d'établir des indicateurs en termes de forces et faiblesses et préparer des éléments de recommandations à proposer au client

Identifier les caractéristiques de la charte graphique et éditoriale existante en étudiant les paramètres de positionnement, de déclinaisons et les différents outils de communication utilisés par le client afin d'établir une première évaluation des données techniques

Etablir une veille technologique et artistique une veille des tendances design, sociétale et réglementaires en s'appuyant sur une analyse détaillée des innovations et outils récents afin de les intégrer dans la démarche conceptuelle et la stratégie de communication et à terme, optimiser le processus

Analyser les résultats de la veille stratégique, les informations recueillis par la data visualisation et l'automatisation d'analyse afin d'en estimer le degré de menaces ou d'opportunités qui pourront être utilisé pour la prise de décision stratégique

Regrouper les différentes propositions créatives en établissant un cahier des charges comprenant les différents éléments d'axes créatifs, le planning prévisionnel ainsi que le budget prévisionnel afin de s'assurer de la validation et de la compréhension du besoin du client par l'équipe créative en charge de la production du projet

Réaliser une étude de faisabilité du projet en s'appuyant sur l'historique des opérations de communication de la marque afin d'identifier les éventuelles contraintes à la bonne réalisation du projet et mieux cadrer les objectifs à atteindre

Formaliser une proposition commerciale en mettant en relief les contraintes techniques, budgétaires et les éléments de planification afin de le faire valider par le client dans un premier temps, et outiller les équipes créatives au moment de la production de contenus

Préparer la présentation client en rassemblant les différentes propositions (moodboard, maquette, prototype,) et en préparant un argumentaire écrit afin de présenter de façon claire et précise une stratégie de communication respectant l'identité visuelle du client

Etablir une charte graphique en définissant les différentes composantes qui la compose, afin d'établir une proposition graphique en lien avec les objectifs de notoriété et de valeur souhaitée par la marque et à terme, faciliter la compréhension du message auprès de la cible notamment en termes de différenciation, de ton, de personnalité, de valeur ajoutée.

Concevoir la solution créative retenue par le client en respectant le cahier des charges, la législation, la charte graphique établie et en y intégrant de récente innovations technologiques selon le besoin afin de proposer un concept créatif cohérent avec la stratégie du client

Concevoir un prototype interactif ergonomique et design contenant des animations graphiques à l'aide d'un langage de programmation et en respectant les normes d'accessibilité afin de le rendre facile et rapide d'utilisation par tout utilisateur, et, en intégrant les besoins d'adaptation de l'environnement de travail d'un public en situation de handicap

Réaliser un état des lieux des ressources (humaines, logiciels, matériels.) à dédier au projet en prenant en compte la solution validée par le client afin d'établir les besoins à combler en externe

Préparer les éléments de facturation clients en s'appuyant sur le cahier des charges et en établissant de façon précise les écarts de réalisation afin de proposer aux clients une facture conforme au contrat signé

Présenter la maquette finalisée du produit interactif multimédia au client en vérifiant la conformité et la qualité du produit web/digital au cahier des charges et au dossier de conception afin de le rendre compte du travail réalisé auprès du client et de lui faire valider la maquette finale

Assurer le contrôle de la cohérence des différentes impressions avec la charte graphique afin de présenter l'ensemble des prototypes du projet créatif du client sous format visuel en réunion finale

Sélectionner l'équipe de réalisation (prestataires, fournisseurs et équipe créative interne) en qualifiant les compétences professionnelles des différents profils afin d'assurer la bonne exécution du projet d'un point de vue qualité et disponibilité

Présenter le projet retenu par le client aux équipes créatives dans le cadre de réunions d'équipe projet afin de clarifier les consignes et recommandations techniques et assurer la production

Organiser la planification des éléments de réalisation en s'appuyant sur un temps de travail estimatif de l'équipe sur différents types de projet afin d'évaluer le délai de livraison de façon plus précise et définir la complexité de la demande

Contrôler les travaux de réalisation des équipes créatives en suivant l'évolution du projet, en formulant des critiques,

en conseillant sur les choix techniques, et en proposant de nouveaux axes de développement afin d'améliorer le projet final

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

Superviser le travail des équipes en veillant au respect des délais, budgets, au respect de l'identité de marque des créations et du respect des droits afférents aux propriétés artistiques et intellectuelles afin de sécuriser le projet et d'être conforme au cahier des charges

Accompagner le développement de son équipe en les formant à l'aide d'outils ou techniques de communication créative afin d'améliorer les compétences de son équipe, la qualité des productions de contenus à destination des clients mais également afin de les sensibiliser à certains sujets majeurs tel que la nécessité d'intégrer dans sa pratique professionnelle une politique en faveur du handicap (accessibilité et adaptabilité des supports médias ou print notamment)

Analyser les campagnes mise en œuvre par la marque en étudiant des indicateurs d'efficacité afin d'en déduire des axes d'améliorations et de produire des propositions techniques adaptées

Analyser les attentes des annonceurs et des consommateurs finaux en réalisant des recherches sur les réseaux sociaux ou des tests auprès des consommateurs afin de proposer au client une stratégie spécifique cohérente avec cette cible

Établir des persona correspondant à la typologie des cibles afin de donner des éléments d'analyse utile à la définition de la stratégie de contenus et ainsi nourrir les différentes équipes créatives au service du besoin client

Définir des idées de stratégies de communication en s'appuyant sur le benchmark réalisé et l'analyse de la présence digitale de la marque et des concurrents afin d'optimiser les chances de succès et défendre la stratégie choisie

Effectuer la campagne de communication en produisant du contenu social média sur les différents réseaux sociaux choisis en fonction du public cible afin d'atteindre un maximum de visibilité auprès des personnes ciblées en maîtrisant le budget associé

Blocs de compétences

RNCP37662BC01 — Définir une stratégie de communication visuelle et multimédia du projet d'un commanditaire

LISTE DE COMPÉTENCES

Recueillir les besoins créatifs du client dans le cadre d'un entretien de découverte afin de les analyser et les formaliser dans un brief client

Réaliser un benchmark national et international en s'appuyant sur une analyse concurrentielle détaillée afin d'établir des indicateurs en termes de forces et faiblesses et préparer des éléments de recommandations à proposer au client

Identifier les caractéristiques de la charte graphique et éditoriale existante en étudiant les paramètres de positionnement, de déclinaisons et les différents outils de communication utilisés par le client afin d'établir une première évaluation des données techniques

Etablir une veille technologique et artistique une veille des tendances design, sociétale et réglementaires en s'appuyant sur une analyse détaillée des innovations et outils récents afin de les intégrer dans la démarche conceptuelle et la stratégie de communication et à terme, optimiser le processus

Analyser les résultats de la veille stratégique, les informations recueillis par la data visualisation et l'automatisation d'analyse afin d'en estimer le degré de menaces ou d'opportunités qui pourront être utilisé pour la prise de décision stratégique

Regrouper les différentes propositions créatives en établissant un cahier des charges comprenant les différents éléments d'axes créatifs, le planning prévisionnel ainsi que le budget prévisionnel afin de s'assurer de la validation et de la compréhension du besoin du client par l'équipe créative en charge de la production du projet

Réaliser une étude de faisabilité du projet en s'appuyant sur l'historique des opérations de communication de la marque afin d'identifier les éventuelles contraintes à la bonne réalisation du projet et mieux cadrer les objectifs à atteindre

Formaliser une proposition commerciale en mettant en relief les contraintes techniques, budgétaires et les éléments de planification afin de le faire valider par le client dans un premier temps, et outiller les équipes créatives au moment de la production de contenus

Préparer la présentation client en rassemblant les différentes propositions (moodboard, maquette, prototype,) et en

préparant un argumentaire écrit afin de présenter de façon claire et précise une stratégie de communication respectant l'identité visuelle du client

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier Professionnel

Dossier technique

Présentations orales devant un jury

RNCP37662BC02 — Concevoir un projet créatif intégrant des solutions interactives et visuelles en phase avec l'identité d'un commanditaire

LISTE DE COMPÉTENCES

Etablir une charte graphique en définissant les différentes composantes qui la compose, afin d'établir une proposition graphique en lien avec les objectifs de notoriété et de valeur souhaitée par la marque et à terme, faciliter la compréhension du message auprès de la cible notamment en termes de différenciation, de ton, de personnalité, de valeur ajoutée

Concevoir la solution créative retenue par le client en respectant le cahier des charges, la législation, la charte graphique établie et en y intégrant de récentes innovations technologiques selon le besoin afin de proposer un concept créatif cohérent avec la stratégie du client

Concevoir un prototype interactif ergonomique et design contenant des animations graphiques à l'aide d'un langage de programmation et en respectant les normes d'accessibilité afin de le rendre facile et rapide d'utilisation par tout utilisateur, et, en intégrant les besoins d'adaptation de l'environnement de travail d'un public en situation de handicap

Réaliser un état des lieux des ressources (humaines, logiciels, matériels.) à dédier au projet en prenant en compte la solution validée par le client afin d'établir les besoins à combler en externe

Préparer les éléments de facturation clients en s'appuyant sur le cahier des charges et en établissant de façon précise les écarts de réalisation afin de proposer aux clients une facture conforme au contrat signé

Présenter la maquette finalisée du produit interactif multimédia au client en vérifiant la conformité et la qualité du produit web/digital au cahier des charges et au dossier de conception afin de le rendre compte du travail réalisé auprès du client et de lui faire valider la maquette finale

Assurer le contrôle de la cohérence des différentes impressions avec la charte graphique afin de présenter l'ensemble des prototypes du projet créatif du client sous format visuel en réunion finale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet professionnel

Présentation orale

RNCP37662BC03 — Piloter une équipe créative dans la réalisation d'un projet en communication visuelle et multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner l'équipe de réalisation (prestataires, fournisseurs et équipe créative interne) en qualifiant les compétences professionnelles des différents profils afin d'assurer la bonne exécution du projet d'un point de vue qualité et disponibilité

Présenter le projet retenu par le client aux équipes créatives dans le cadre de réunions d'équipe projet afin de clarifier les consignes et recommandations techniques et assurer la production

Organiser la planification des éléments de réalisation en s'appuyant sur un temps de travail estimatif de l'équipe sur différents types de projet afin d'évaluer le délai de livraison de façon plus précise et définir la complexité de la demande

Contrôler les travaux de réalisation des équipes créatives en suivant l'évolution du projet, en formulant des critiques, en conseillant sur les choix techniques, et en proposant de nouveaux axes de développement afin d'améliorer le projet final

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

Superviser le travail des équipes en veillant au respect des délais, budgets, au respect de l'identité de marque des créations et du respect des droits afférents aux propriétés artistiques et intellectuelles afin de sécuriser le projet et d'être conforme au cahier des charges

Accompagner le développement de son équipe en les formant à l'aide d'outils ou techniques de communication créative afin d'améliorer les compétences de son équipe, la qualité des productions de contenus à destination des clients mais également afin de les sensibiliser à certains sujets majeurs tel que la nécessité d'intégrer dans sa

pratique professionnelle une politique en faveur du handicap (accessibilité et adaptabilité des supports médias ou print notamment)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le cahier entreprise

Présentation orale

RNCP37662BC04 — Elaborer et suivre une stratégie de communication Social media

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les campagnes mises en œuvre par la marque en étudiant des indicateurs d'efficacité afin d'en déduire des axes d'amélioration et de produire des propositions techniques adaptées

Analyser les attentes des annonceurs et des consommateurs finaux en réalisant des recherches sur les réseaux sociaux ou des tests auprès des consommateurs afin de proposer au client une stratégie spécifique cohérente avec cette cible

Établir des persona correspondant à la typologie des cibles afin de donner des éléments d'analyse utile à la définition de la stratégie de contenus et ainsi nourrir les différentes équipes créatives au service du besoin client

Définir des idées de stratégies de communication en s'appuyant sur le benchmark réalisé et l'analyse de la présence digitale de la marque et des concurrents afin d'optimiser les chances de succès et défendre la stratégie choisie

Effectuer la campagne de communication en produisant du contenu social média sur les différents réseaux sociaux choisis en fonction du public cible afin d'atteindre un maximum de visibilité auprès des personnes ciblées en maîtrisant le budget associé

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier professionnel

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Agences de publicité/E-commerce/marketing/communication qui peut être une agence orientée produit, ou image de marque (y compris la communication d'entreprise) le/la DA (directeur/directrice artistique) travaille en général en équipe avec un rédacteur-concepteur qui est chargé de la partie écrite du message,

Studios de création,

Web agencies ou toute entreprise avec un département web ;

Maisons d'édition et société de presse

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur artistique avec parfois des spécialités associés (graphiste/web/ UX UI)

Directeur/directrice artistique social média

Chef(fe) de création artistique web

Directeur(trice) de création/Directeur(trice) de création Internet

Web art Director

Art director

Creative designer /Designer interactif

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

Pour accéder à la certification, le/la candidat(e) doit avoir validé ses acquis d'expérience auprès de la direction pédagogique (validation des travaux de direction artistique en communication visuelle), être diplômé d'un niveau 5 en design graphique.

Si le/la candidat(e) ne possède pas le niveau requis, mais justifie d'un diplôme de niveau 4 et d'une bonne expérience professionnelle, une dérogation peut être octroyée à le/la candidat(e) sous certaines conditions.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Être diplômé d'une certification de niveau 5 en communication visuelle ou spécialité direction artistique.

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

Le jury est composé de 5 personnes dont 4 professionnels extérieurs à l'organisme de certification occupant les fonctions de Directeur Artistique en communication digitale et visuelle, Directeur Artistique en Webdesign, encadrées par le directeur des programmes.

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	6 491 €
Selon la branche	5 400 € – 6 684 €
Prise en charge	Branches concernées
6 491 €	Valeur par défaut · 204 branches
6 684 €	CPNEF de l'audiovisuel, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 489 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
6 594 €	CPNEF de la Publicité
6 300 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
6 120 €	CPNE Banque
5 670 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
5 400 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	31/05/2023
Durée de l'enregistrement	5 ans

Date d'échéance de l'enregistrement 31/05/2028

Date de dernière délivrance possible 31/05/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	12	0	91 %	—
2020	19	0	100 %	100 %
2019	8	0	80 %	83 %
2018	9	0	100 %	100 %
2017	7	0	100 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP32053

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.itecom-artdesign.com/formations/bachelor-directeur-artistique>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37662/>

Où se former

Formations référencées	2
Organismes	2
Régions couvertes	2
Prix indicatif	6 500 € – 7 900 €
Durée	450 – 525 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	6
Organismes gestionnaires (CFA)	3
Organismes formateurs	3
Régions couvertes	2
Départements couverts	3
Organismes certifiés Qualiopi	3
Sessions	de 09/2024 à 06/2029

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	4
Parcours menés à terme	4
Taux d'achèvement	100 %
Période	09/2023 – 06/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	5
Montant total engagé	27 060 €
Coût moyen par dossier	5 412 €
Durée moyenne	432 h
Période	07/2023 – 10/2025
France compétences	55 %
Reste à charge titulaire	45 %

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