

Directeur artistique

RNCP38589 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320v, 321, 322
Formacode(s)	46090, 46217, 46003
Code(s) ROME	E1103, L1304, E1104, E1205
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	09/02/2024
Date d'échéance	09/02/2027

Certificateur(s)

CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES · SIRET : 37815351400021

SUP DE PUB (SUP DE PUB) (ISCM) · SIRET : 48088589600054

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST · SIRET : 33764282100074

CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST · SIRET : 91487009200022

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN DU SUD OUEST	33764282100074	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN MEDITERRANEE	97855127300011	Former et organiser l'évaluation
CENTRE D'ETUDES EUROPEEN OUEST	91487009200022	Former et organiser l'évaluation
CENTRE ETUDES EUROPEEN RHONE ALPES	37815351400021	Former et organiser l'évaluation
SUP DE PUB (SUP DE PUB) (ISCM)	48088589600054	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Au fil des années, le contexte dans lequel évolue le métier de directeur artistique a connu des changements significatifs, principalement en raison de l'émergence et de l'évolution des technologies numériques et de la naissance de nouveaux outils. L'avènement du digital et des médias sociaux a profondément modifié les méthodes de communication et de diffusion des contenus visuels, créant de nouvelles opportunités mais également de nouveaux défis pour les directeurs artistiques.

Le métier de directeur artistique a évolué pour englober un éventail de missions, allant des campagnes publicitaires traditionnelles aux interfaces utilisateurs pour les applications mobiles, en passant par la conception d'expériences interactives et la réalité virtuelle. Le métier de directeur artistique est désormais bien plus large et les compétences nécessaires s'appliquent à de nombreux domaines : vidéo, audio, digital, print, branding, etc.

Les directeurs artistiques doivent maîtriser les outils et les logiciels de création et en comprendre finement leurs potentialités et usages.

ACTIVITÉS VISÉES

Réalisation d'une veille stratégique
Analyse des données du client
Elaboration et construction de la stratégie créative
Cadrage budgétaire de la stratégie créative
Présentation de la stratégie créative pour validation par le client
Idéation et concepts créatifs
Réalisation visuelle des concepts créatifs
Respect des réglementations
Présentation des livrables pour validation
Encadrement de l'équipe de préproduction, production et post-production
Suivi du projet créatif
et en fonction des besoins de poste spécialisé s'ajoutent
Conception et production en design graphique
Gestion et coordination de projet de design graphique
ou
Conception et réalisation de projet audiovisuel
Gestion et coordination de projet audiovisuel
ou
Conception du produit digital
Gestion et coordination de projet de product design

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les directeurs artistiques doivent posséder une combinaison de compétences créatives, techniques et parfois aussi managériales. Ils doivent avoir une excellente compréhension des principes de conception, des tendances visuelles et des outils de création tels que Photoshop, Illustrator, InDesign, etc. Ils doivent également être capables de diriger et de collaborer avec une équipe créative ainsi qu'avec des prestataires externes : il peut s'agir de maisons de production, de réalisateurs, de studio de post-production (image, vidéo ou son), d'éditeurs, de 3Distes, d'agences média et bien d'autres encore.

Le directeur artistique a lui-même des prédispositions et compétences particulières en : designer graphic, designer d'interfaces digital, directeur artistique audiovisuel, etc., ce qui lui confère selon les besoins de l'industrie qui recrute, un argument fort de choix entre deux candidats potentiels.

Les catégories de compétences les plus recherchées par les recruteurs sont les suivantes :

Suivre les tendances et évolutions du marché

Analyser les besoins du client

Définir la vision créative d'un projet

Concevoir les concepts créatifs

Superviser et la création visuelle

En plus, le directeur artistique doit souvent disposer des compétences complémentaires et spécialisées en design graphique, en réalisation audiovisuelle ou en lead design.

Blocs de compétences

RNCP38589BC01 — Bâtir et analyser une démarche de veille stratégique et technique du domaine de la création adaptée au besoin du client

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser un système de veille, en identifiant les outils de veille adéquat, en analysant et en exploitant les données pour réaliser une veille créative permettant d'identifier les opportunités et d'optimiser les prises de décision

Analyser les stratégies des campagnes publicitaires les plus efficaces, en décryptant les angles créatifs développés et les technologies utilisées dans les campagnes, afin d'identifier les tendances et approches créatives à utiliser

Evaluer de manière prospective les tendances créatives et technologiques analysant les observatoires professionnels en vue d'identifier des leviers créatifs pertinents et les activer si nécessaire dans une recommandation en fonction des objectifs du client

Analyser le marché du client et son positionnement afin d'affiner les pistes de réflexion créative en traitant les données fournies par le planneur stratégique et/ou le Data Scientist

Diagnostiquer les enjeux réels du client et notamment de ses politiques de RSE en identifiant les besoins

d'accessibilité des informations pour un public en situation de handicap, en menant des interviews auprès du client, afin de réajuster la vision ou de la faire évoluer si cela est nécessaire

Identifier les principaux KPI d'une campagne, leurs contextes d'utilisation et leur pertinence selon les contextes afin d'élaborer des stratégies créatives viables aux effets mesurables

Définir les axes de réflexion de la stratégie créative, en analysant le brief client et en identifiant les objectifs de communication, afin d'assurer une prise en compte exhaustive des besoins

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuel

Dossier écrit

RNCP38589BC02 — Concevoir la stratégie créative et le cadrage budgétaire d'un projet créatif

LISTE DE COMPÉTENCES

Formuler des insights créatifs pour un projet de création, en réalisant une analyse qualitative des publics cibles afin de gagner en pertinence créative

Déterminer les leviers et moyens pertinents pour la mise en place de la stratégie créative, en prenant en compte les objectifs de communication du client et les habitudes de consommation de la cible afin de porter le message de la stratégie créative.

Identifier le cas échéant les ressources matérielles et humaines nécessaire à la réalisation du projet, en les recensant au regard de la stratégie établie et en chiffrant les coûts, afin de valider la faisabilité du projet.

Définir de manière prospective les différents niveaux de prestation en vue de donner un cadre budgétaire de référence ainsi que les coûts des différents supports proposés afin d'établir une vision réaliste du projet.

Matérialiser dans un dossier écrit les partis-pris créatifs ainsi que la description précise des livrables et les budgets associés pour permettre au client de comprendre la recommandation stratégique et créative

Présenter oralement la stratégie créative au commanditaire en développant un argumentaire exposant les propositions en cohérence avec le brief client, en utilisant les arguments les plus percutants, en répondant aux questions et en levant les objections, afin de convaincre de l'efficacité de la stratégie créative.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuel écrite et argumentaire oral individuel en vidéo

RNCP38589BC03 — Concevoir la création conceptuelle et visuelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les canaux de diffusion adaptés au projet de création conceptuelle et visuelle, en analysant les bons leviers créatifs en cohérence avec la stratégie créative pour répondre à la demande et aux objectifs du client.

Organiser la génération de concepts créatifs, en utilisant les méthodes et outils appropriés (brainstorming, mind-mapping, design thinking), en autonomie ou en collaboration avec les équipes, et en tenant compte de la déclinaison multi supports tant visuelles que rédactionnelles, afin d'apporter des propositions en réponse à la stratégie créative

Illustrer visuellement le concept retenu, aligné avec la stratégie de marque et adapté à la cible et aux standards et tendances créatives en vigueur afin de traduire visuellement les propositions de stratégie créative

Concevoir des signatures, accroches et contenus adaptés aux différents supports et canaux de communication (on et off-line, radio et télévision) en lien avec les stratégies marketing pour engager les consommateurs, utilisateurs et répondre aux objectifs de performance des campagnes et actions de communication

Décliner un concept de création conceptuelle et visuelle, en concevant un ensemble de supports et en prenant en compte les contraintes en termes de cohérence, de diversité, de délai et de budget, afin de constituer une campagne 360°.

Réaliser visuellement des concepts créatifs en utilisant des logiciels de création, en respectant l'ensemble des codes graphiques et l'identité de marque sur différents contenus, afin de s'inscrire dans une chaîne graphique cohérente.

Réaliser visuellement des concepts innovants en utilisant les nouvelles technologies et les outils de l'intelligence artificielle, afin de décliner le concept sur de nouveaux supports

Adapter le format des livrables en respectant les contraintes techniques liées aux différents supports de diffusion (interface digitale, télévision, Web, affichage print ou digital, signalétique...) afin de livrer des fichiers exploitables.

Intégrer les droits d'auteur, la propriété intellectuelle et le système de licences dans le processus de création, en assurant le sourcing légal des ressources, en respect les contrats et accords stipulant les droits d'utilisation, et en consultant le cas échéant un conseil juridique, afin de sécuriser les productions.

Assurer la conformité des concepts créatifs aux lois liées aux droits de la communication, en vérifiant le respect de la

réglementation et de la déontologie des métiers de la communication, en conseillant les donneurs d'ordre sur les aspects légaux des opérations de communication, afin de protéger les productions.

Intégrer dans la conception d'une création visuelle des règles permettant d'une part de favoriser l'éco-conception, en identifiant les pratiques durables notamment dans le choix des matériaux, des techniques d'impression, de la planification logistique ou en encore lors de la conception numérique, et d'autre part de favoriser l'accès aux informations à tous, y compris au public en situation de handicap, en respectant le cas échéant le référentiel général d'amélioration de l'accessibilité, afin de répondre aux enjeux RSE.

Construire un storytelling cohérent et efficace, en utilisant des techniques de communication et en valorisant l'approche créative globale, afin de préparer une présentation fluide.

Présenter les livrables du projet de création conceptuelle et visuelle au client, en utilisant le storytelling construit et en argumentant les choix, afin de convaincre les donneurs d'ordre de la pertinence de la recommandation créative et susciter l'adhésion

Réaliser des actions d'amélioration continue intégrées au processus créatif, en prenant du recul sur ses choix et en prenant en compte la réception des donneurs d'ordre, afin de construire sa recommandation en démontrant sa capacité à se remettre en question

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle en groupe

Dossier écrit et présentation orale

RNCP38589BC04 — Piloter la mise en œuvre opérationnelle des projets créatifs

LISTE DE COMPÉTENCES

Animer des ateliers de brainstorming avec les membres de l'équipe projet, en introduisant et en cadrant la démarche, en posant des questions, en assurant l'expression libre et spontanée, et en encourageant la participation, afin de favoriser la génération, le développement et la sélection des idées.

Identifier les besoins en compétences de l'équipe projet, en mettant en perspective le projet et les compétences de l'équipe, et en prenant les dispositions permettant aux membres de l'équipe projet en situation de handicap de réaliser les tâches concernées, afin de s'assurer de la possibilité d'un rendu optimal et conforme au cahier des charges

Coordonner la mise en œuvre opérationnelle du projet, en produisant la liste exhaustive des attendus, en répartissant et en planifiant les tâches à réaliser, afin de répondre aux engagements souscrits avec le client et à la finalisation de l'ensemble des livrables.

Superviser la mise en œuvre de la production, en coordonnant et en apportant des indications nécessaires au déroulement du tournage et de la post-production, du shooting et des retouches photo, et de la préparation des documents pour l'imprimeur, afin que la réalisation des travaux soit menée à bien.

Gérer les prestataires extérieurs lors d'actes de sous-traitance, en assurant un briefing clair, en vérifiant la bonne exécution du contrat, en coordonnant les actions et en contrôlant la qualité et la gestion des délais, dans le but d'atteindre la qualité attendue

Prioriser les projets en collaboration avec le pôle trafic et l'équipe commerciale, en évaluant le temps de travail de chaque projet pour que les livraisons se fassent dans les délais prévus.

Superviser la réalisation du projet, en veillant au bon respect de l'univers visuel des éléments produits, en fournissant des retours constructifs, afin de garantir la cohérence et la qualité sur l'ensemble des supports

Comparer les éléments produits et les KPIs de campagne afin d'apporter des améliorations ou modifications selon le contexte sociétal ou médiatique et en proposant de nouveaux points de vue artistique en vue d'augmenter leur impact et leur efficacité

Collaborer avec le client de manière régulière pour l'impliquer dans la phase de production et de mise en œuvre et pouvoir si nécessaire répondre de manière agile à des imprévus

Présenter de nouvelles propositions au client, en identifiant des idées complémentaires liées au projet créatif, en se projetant dans la relation client, afin d'obtenir de nouveaux projets.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Dossier écrit et présentation orale

RNCP38589BC05 — Option 1 - Piloter un projet de design graphique

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser des créations graphiques en intégrant des techniques spécifiques afin de garantir la qualité et la conformité du produit fini selon les normes et les besoins spécifiques du projet en utilisant les techniques d'impression adaptées, en utilisant les techniques de reliure et de finition et en caractérisant les qualités de papier et en recommandant des ennobissements mettant en valeur la création

Corriger les anomalies, en analysant la création et en identifiant les anomalies et défauts d'impression, et en enclenchant les actions correctives en vue de l'établissement du Bon À Tirer (BAT)

Coordonner les professionnels de la chaîne graphique, en établissant des canaux de communication clairs, et en apportant les indications techniques nécessaires à l'exécution du projet conformément aux attentes de toutes les parties impliquées, de manière à optimiser le processus de création

Superviser le processus de création, en analysant les différents aspects de la gestion de projet, afin de mieux collaborer et de coordonner les efforts de l'équipe.

Gérer le planning du projet de création, en planifiant et en suivant les différentes tâches et en les attribuant aux parties prenantes, en utilisant des outils de gestion de projet, afin de respecter les délais et les livrables conformément aux objectifs du projet.

Évaluer les devis, en établissant des critères de sélection, en comparant les offres de différents fournisseurs, afin de faciliter le choix des partenaires conformément aux besoins du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : projet de conception et de production en design graphique

RNCP38589BC06 — Option 2 - Piloter un projet audiovisuel

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir un concept narratif intégré en utilisant des techniques de storytelling, en élaborant une esthétique visuelle au service de la narration et en adaptant l'aspect narratif pour évoquer des émotions spécifiques, afin de créer une image séquentielle et une cohérence dans la durée et dans un enchaînement de séquences, conformément aux besoins du scénario.

Coordonner les parties prenantes (acteurs, chefs opérateurs, directeurs de la photo, chefs monteurs), en communiquant sur les tâches respectives et en apportant les indications techniques nécessaires, afin de coordonner l'ensemble du plateau conformément aux exigences de production.

Démarcher les producteurs, en présentant le projet et un plan de financement détaillé, afin de sécuriser les fonds nécessaires pour la réalisation du projet.

Diriger les acteurs, en donnant des instructions claires et des retours constructifs, afin de réaliser les performances souhaitées en accord avec le scénario.

Élaborer la scénographie, en proposant les déplacements des acteurs dans l'espace et en définissant en complémentarité les décors, l'éclairage, et les autres éléments multimédias, afin de créer un environnement visuel qui sert l'histoire.

Gérer l'aspect sonore du projet, en créant du design sonore par l'enregistrement, l'édition et le traitement de sons, en mixant et en spatialisant les sons et en les intégrant dans le projet, afin de renforcer l'émotion et le sens de l'histoire.

Intégrer des effets visuels, en créant des contenus, en les assemblant, en les testant et en les améliorant, en les optimisant grâce à des algorithmes d'IA (création d'animations, synthèse vocal, montage automatique, amélioration de la qualité...), afin de déployer des contenus interactifs cohérents avec le projet.

Formaliser la réponse à une commande, en analysant le cahier des charges audiovisuel, et en argumentant des propositions créatives, afin de répondre aux besoins spécifiques du client tout en défendant ses choix créatifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité d'évaluation globale : réalisation d'un court-métrage ou d'un projet audiovisuel

RNCP38589BC07 — Option 3 - Piloter un projet de lead design

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir la structure d'un support ou produit digital, en établissant la typologie de contenus, les fonctionnalités, l'arborescence et le parcours des utilisateurs, et en anticipant les changements de comportement et d'habitude potentiellement induit par le produit, afin de répondre aux exigences du projet, de manière éthique.

Concevoir les écrans, en réalisant des wireframes, afin de proposer une architecture d'information performante.

Intégrer les nouveaux modes d'interaction dans la conception des produits et services numériques, afin d'anticiper l'évolution des usages des utilisateurs finaux et répondre aux enjeux de désirabilité de la marque

Construire les composants visuels de l'interface en utilisant les codes graphiques de la marque et les lois théoriques de l'ergonomie afin de créer un produit digital utilisable et propriétaire à la marque.

Créer un prototype d'interface, en définissant les principes d'interaction et en les incarnant, afin d'éprouver les choix de conception et de création conformément aux objectifs du projet.

Organiser des ateliers de co-conception en concevant et en animant une démarche permettant d'intégrer les besoins et attentes des divers acteurs du projet, afin de garantir la faisabilité et la performance du projet conformément à une démarche centrée utilisateur.

Accompagner l'intégration des utilisateurs dans la démarche de design en réalisant des interviews, des études ethnographiques ou des tests utilisateurs pour garantir la pertinence et la performance du support/produit digital et dé-risquer les investissements.

Superviser la mise en place du workflow de production en choisissant des méthodes et outils de travail pour permettre la livraison d'un produit qualitatif respectant les délais et les coûts.

Contrôler l'harmonisation entre la stratégie, la conception, la création et la production, en évaluant la progression du projet et les ajustements nécessaires, afin de garantir l'atteinte des objectifs fixés et la cohérence créative.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation : projet de conception et développement d'un produit digital

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur artistique est le plus souvent au sein d'un service création en agence (communication, publicité, digital, édition, etc.) mais on le trouve de plus en plus en entreprise où il fait en général partie d'un service communication intégré, d'un département marketing ou d'un service design. Le directeur artistique peut aussi travailler au sein d'une hostshop créative, d'un studio, d'un atelier, ou bien travailler en freelance.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Designer artistique

Assistant directeur artistique / Directeur artistique junior

Directeur artistique en agence de publicité

Directeur artistique en société de production

Directeur de collection

Directeur artistique digital en agence web

Directeur de création

Designer graphique – graphic designer

Brand designer

UX/UI Designer

Motion designer

Réalisateur

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	Intensité d'embauche, Non-durabilité de l'emploi, Lien formation-emploi
Salaire médian (mensuel)	2 415 €
Diplôme le plus fréquent	Diplôme de niveau bac+2 (DUT, BTS, Deug ou équivalent) en communication et information (16 % des actifs en emploi)

Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X80 — Professionnels des spectacles · 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)	37 934
Jugés difficiles à recruter	12 %
Emplois saisonniers	28 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X80 — Professionnels des spectacles U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Dans le cadre de la formation initiale

Cursus en 2 ans :

Le candidat doit justifier d'une certification de niveau 6, d'un Bac+3 (180 crédits ECTS, licence...) dans un des domaines suivants : création visuelle, création design graphique, création audiovisuelle ou d'animation, création digitale

Cursus en 1 an :

Pour accéder au dispositif de la certification en admission parallèle, le candidat doit justifier la validation d'un titre ou diplôme de niveau 6 (240 ECTS) dans la même famille de formation ayant des blocs de compétences comparables dans les domaines suivants : création visuelle, création design graphique, création audiovisuelle ou d'animation, création digitale

Pour les entrées en cursus en 1 an, une expérience en entreprise dans le secteur de la création et la communication visuelle est obligatoire pour rejoindre la formation.

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

Il est composé de 5 personnes et respecte la parité femmes-hommes :

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur)

Directeur du titre

3 professionnels externes du secteur

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président du jury (professionnel externe, directeur ou chef d'entreprise du secteur) ;

1 professionnel externe du secteur ;

1 membre de l'organisme de formation.

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	6 395 €
Selon la branche	5 807 € – 6 579 €
Prise en charge	Branches concernées
6 395 €	Valeur par défaut · 187 branches

6 579 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEF de l'audiovisuel, CPNEF de la Publicité, CPNEFP Sports Loisirs, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
6 388 €	CNPEFP des sociétés d'assistance, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms, CPNEFP Professions de la Photographie, CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
6 564 €	CPNE Boulangerie-pâtisserie industrielles, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
5 807 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP de la métallurgie
6 566 €	CPNEFP Commerce à distance
6 441 €	CPNEF de la Branche des organismes de formation
6 403 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
6 210 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
6 120 €	CPNE chimie
5 814 €	CPNE Banque

Base légale

Date de décision	09/02/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	09/02/2027
Date de dernière délivrance possible	09/02/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	243	0	86 %	80 %
2020	136	0	82 %	81 %
2019	107	0	86 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP31993

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP31993, RNCP34814, RNCP34816, RNCP35876, RNCP36386, RNCP36590, RNCP36709, RNCP36738, RNCP37339, RNCP37662

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38589/>