

Directeur artistique en design graphique

RNCP38595 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320p
Formacode(s)	46003
Code(s) ROME	E1104, E1205, E1401
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	09/02/2024
Date d'échéance	09/02/2026

Certificateur(s)

AUTOGRAF · SIRET : 32520687800044

Partenaires habilités

9 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 9 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ACE EDUCATION	83102401300227	Former et organiser l'évaluation
AFIP	43261313100049	Former et organiser l'évaluation
BRASSART RHONE ALPES	52472681700066	Former et organiser l'évaluation
CIFEP	89371474100020	Former et organiser l'évaluation
EAF	52425048700021	Former et organiser l'évaluation
ECOLE BRASSART	45083327200021	Former et organiser l'évaluation
ECOLE D'ARTS APPLIQUES	79439110200058	Former et organiser l'évaluation
ESDAC HOLDING	85159215400021	Former et organiser l'évaluation
SARL EUROGRAPHIC	38169745700079	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le design graphique est avant tout la représentation visuelle d'un concept qui exprime l'identité de l'entreprise (ou autre structure), de la marque ou d'un produit. L'identité graphique constitue un élément déterminant de la stratégie d'une entreprise à des fins de visibilité (marque...), de commercialisation d'un service ou produit ou d'un lancement de projet à des fins commerciales ou non.

Avoir une identité graphique et visuelle forte s'avère donc primordial dans la stratégie de communication des entreprises. L'identité d'une marque ne se résume pas au logo, elle se manifeste sur tous les autres supports : site web, publicités, emballage des produits... La cohérence entre les différents éléments de design permet de renvoyer une bonne image et d'infuser une identité graphique cohérente et propre à l'entreprise. Pour assurer les représentations graphiques, les entreprises peuvent procéder par elles-mêmes (souvent des grands groupes appelés "annonceurs") ou solliciter des agences de communication, de design ou digitales.

Le directeur artistique en design graphique, est pour le compte de son commanditaire, le responsable de la définition des concepts artistiques et de la dimension graphique et visuelle d'un projet (campagne de communication, site web, jeux vidéo, supports numériques interactifs, journal, films d'animation 3D...). Il recherche et définit les concepts créatifs de projets imprimés et /ou multimédias (édition, communication, publicité...). Il encadre, pilote et oriente le travail à fournir de ses équipes de création (infographistes, illustrateurs, photographes...) qui interviennent sur le projet. Il supervise la réalisation des projets retenus (sous différentes formes : maquette, rough, story board...) en cohérence avec la stratégie commerciale. Il a la responsabilité de la totalité du projet : de l'analyse des besoins du commanditaire au pilotage des équipes créatives et techniques.

La certification "Directeur artistique en design graphique" prépare à l'exercice de ce métier dans un contexte de digitalisation continue du métier et de développement de la responsabilité environnementale et sociétale des entreprises.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse des objectifs et des besoins du commanditaire sur un projet de design graphique

Formalisation de la demande du commanditaire sur un projet de design graphique

Conception de propositions créatives

Développement des propositions créatives

Développement de l'axe créatif retenu

Mise en production du projet de design graphique

Constitution de l'équipe créative et technique (équipes créatives internes et prestataires)

Gestion des équipes créatives et techniques

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Organiser un système de veille sur les tendances artistiques et techniques en création graphique et design, en utilisant des méthodologies de recherche de sources adaptées en continu, en analysant et en exploitant les informations retenues, en tenant compte particulièrement des enjeux du développement durable et de l'accessibilité s'appliquant aux productions du design, afin d'intégrer les évolutions dans la démarche créative des projets de design graphique

Recueillir la demande du commanditaire, en l'interrogeant sur son projet de design graphique, sur les contraintes liées au projet et le contexte de la demande, afin d'identifier ses besoins et objectifs et lui faire une proposition de projet adaptée

Accompagner le commanditaire dans sa réflexion par rapport au projet, tout en le sensibilisant aux problématiques environnementales et d'accessibilité et en lui décrivant les caractéristiques et étapes d'un projet de design graphique, afin de cerner la problématique du projet de design graphique

Analyser l'environnement du commanditaire, en réalisant des études de marché et de concurrence, afin de le positionner sur le marché et d'ancrer le projet de design graphique dans son contexte

Analyser la demande du commanditaire, au regard du marché, du budget, des délais et des critères techniques, afin de vérifier et statuer sur la faisabilité de réalisation du projet de design graphique et de construire un projet pertinent et viable

Contractualiser le projet, en établissant un document reformulant le brief, en proposant une décomposition en phrases et en tâches, en prenant en compte l'ensemble des contraintes organisationnelles et matérielles, et en précisant les honoraires, afin de sceller les fondements du projet et lancer la phase de conception du projet de design graphique

Explorer des concepts de développement de projet de design graphique, y compris la conception d'interfaces en employant des méthodes de recherche et techniques de créativité adaptées, afin d'identifier des axes créatifs autour de ce concept et en lien avec la demande du commanditaire

Elaborer une note d'intention incarnant les axes créatifs, en respectant la demande du commanditaire et en utilisant différents visuels de présentation, afin d'argumenter les propositions créatives et scénarios envisagés auprès du commanditaire

Développer les propositions créatives, en les représentant sous forme de maquettes pour chacune des propositions, afin de définir les composantes artistiques et techniques du projet

Présenter les axes créatifs au commanditaire avec autant de maquettes que nécessaire, en faisant preuve de pédagogie et en utilisant des livrables clairs et de qualité, afin d'obtenir son adhésion définitive sur l'un des axes proposés et valider les choix techniques et artistiques

Agencer les éléments fondateurs visuels et rédactionnels du projet retenu par le commanditaire, en utilisant les outils

PAO et les outils de prototypage, afin d'affiner la traduction créative

Structurer l'ensemble des composantes techniques du projet de design graphique, en définissant les modalités de production adaptées aux ressources budgétaires, matérielles et humaines allouées, et en choisissant le cas échéant les prestataires à solliciter, afin de concrétiser le projet retenu et le mettre en œuvre

Etablir un retroplanning de mise en production du projet, en utilisant un outil de gestion de planning, en prenant en compte l'ensemble

des contraintes financières et techniques, et en intégrant des échéances intermédiaires, afin de planifier le projet et de respecter le délai de réalisation donné par le commanditaire

Répartir le budget selon les différents postes de coûts du projet de design graphique, en utilisant des outils de suivi budgétaire, afin de respecter l'enveloppe donnée par le commanditaire

Piloter la mise en production, en utilisant les outils de suivi de planning et budgétaire, et en assurant la réalisation d'actions correctives en cas d'aléa impactant le délai ou le budget, afin de garantir son bon déroulement et sa conformité par rapport à la demande initiale du commanditaire

Présenter le projet finalisé au commanditaire de manière intermédiaire et finale, en lui remettant les différents livrables, en justifiant les travaux réalisés, les écarts éventuels liés au budget, à la faisabilité et aux prestataires, ainsi que les ajustements réalisés, afin de lui permettre de les déployer et de les exploiter en autonomie

Constituer l'équipe interne, au regard des compétences nécessaires sur le projet, en identifiant les besoins en compétences et en recrutement, en contribuant au process de recrutement, et en prenant les dispositions nécessaires pour permettre l'inclusion des personnes en situation de handicap, afin de disposer des compétences nécessaires à la réalisation du projet

Constituer l'équipe externe, au regard des compétences spécifiques au projet et du budget et planning du projet, en définissant le périmètre de l'intervention et les honoraires, et en validant leur contractualisation, afin de disposer des compétences nécessaires à sa réalisation

Coordonner les équipes créatives, en attribuant les tâches, en apportant un support technique et créatif, et en organisant des points d'étapes, en vérifiant les travaux à

chaque étape du projet et en respectant le planning et le budget du projet, afin de s'assurer que chaque partie soit en phase avec son idée créative de départ validée par le commanditaire

Motiver les équipes créatives et techniques, en s'appuyant sur des outils et méthodes de travail collaboratifs, pour les fédérer autour du projet et garantir la cohésion d'équipe

Gérer les dysfonctionnements dans les équipes créatives et techniques, en identifiant les causes puis des solutions alternatives, afin de maintenir et garantir un travail d'équipe efficace

Blocs de compétences

RNCP38595BC01 — Analyser une demande d'un commanditaire en design graphique

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser un système de veille sur les tendances artistiques et techniques en création graphique et design, en utilisant des méthodologies de recherche de sources adaptées en continu, en analysant et en exploitant les informations retenues, en tenant compte particulièrement des enjeux du développement durable et de l'accessibilité s'appliquant aux productions du design, afin d'intégrer les évolutions dans la démarche créative des projets de design graphique

Recueillir la demande du commanditaire, en l'interrogeant sur son projet de design graphique, sur les contraintes liées au projet et le contexte de la demande, afin d'identifier ses besoins et objectifs et lui faire une proposition de projet adaptée

Accompagner le commanditaire dans sa réflexion par rapport au projet, tout en le sensibilisant aux problématiques environnementales et d'accessibilité et en lui décrivant les caractéristiques et étapes d'un projet de design graphique, afin de cerner la problématique du projet de design graphique

Analyser l'environnement du commanditaire, en réalisant des études de marché et de concurrence, afin de le positionner sur le marché et d'ancrer le projet de design graphique dans son contexte

Analyser la demande du commanditaire, au regard du marché, du budget, des délais et des critères techniques, afin de vérifier et statuer sur la faisabilité de réalisation du projet de design graphique et de construire un projet pertinent et viable

Contractualiser le projet, en établissant un document reformulant le brief, en proposant une décomposition en phrases et en tâches, en prenant en compte l'ensemble des contraintes organisationnelles et matérielles, et en

précisant les honoraires, afin de sceller les fondements du projet et lancer la phase de conception du projet de design graphique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet soutenu

RNCP38595BC02 — Concevoir une stratégie de design graphique

LISTE DE COMPÉTENCES

Explorer des concepts de développement de projet de design graphique, y compris la conception d'interfaces en employant des méthodes de recherche et techniques de créativité adaptées, afin d'identifier des axes créatifs autour de ce concept et en lien avec la demande du commanditaire

Elaborer une note d'intention incarnant les axes créatifs, en respectant la demande du commanditaire et en utilisant différents visuels de présentation, afin d'argumenter les propositions créatives et scénarios envisagés auprès du commanditaire

Développer les propositions créatives, en les représentant sous forme de maquettes pour chacune des propositions, afin de définir les composantes artistiques et techniques du projet

Présenter les axes créatifs au commanditaire avec autant de maquettes que nécessaire, en faisant preuve de pédagogie et en utilisant des livrables clairs et de qualité, afin d'obtenir son adhésion définitive sur l'un des axes proposés et valider les choix techniques et artistiques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet soutenu

RNCP38595BC03 — Développer et mettre en production le projet de design graphique retenu par le commanditaire

LISTE DE COMPÉTENCES

Agencer les éléments fondateurs visuels et rédactionnels du projet retenu par le commanditaire, en utilisant les outils PAO et les outils de prototypage, afin d'affiner la traduction créative

Structurer l'ensemble des composantes techniques du projet de design graphique, en définissant les modalités de production adaptées aux ressources budgétaires, matérielles et humaines allouées, et en choisissant le cas échéant les prestataires à solliciter, afin de concrétiser le projet retenu et le mettre en œuvre

Etablir un retroplanning de mise en production du projet, en utilisant un outil de gestion de planning, en prenant en compte l'ensemble

des contraintes financières et techniques, et en intégrant des échéances intermédiaires, afin de planifier le projet et de respecter le délai de réalisation donné par le commanditaire

Répartir le budget selon les différents postes de coûts du projet de design graphique, en utilisant des outils de suivi budgétaire, afin de respecter l'enveloppe donnée par le commanditaire

Piloter la mise en production, en utilisant les outils de suivi de planning et budgétaire, et en assurant la réalisation d'actions correctives en cas d'aléa impactant le délai ou le budget, afin de garantir son bon déroulement et sa conformité par rapport à la demande initiale du commanditaire

Présenter le projet finalisé au commanditaire de manière intermédiaire et finale, en lui remettant les différents livrables, en justifiant les travaux réalisés, les écarts éventuels liés au budget, à la faisabilité et aux prestataires, ainsi que les ajustements réalisés, afin de lui permettre de les déployer et de les exploiter en autonomie

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet soutenu

RNCP38595BC04 — Piloter les équipes créatives et techniques du projet de design graphique

LISTE DE COMPÉTENCES

Constituer l'équipe interne, au regard des compétences nécessaires sur le projet, en identifiant les besoins en compétences et en recrutement, en contribuant au process de recrutement, et en prenant les dispositions nécessaires pour permettre l'inclusion des personnes en situation de handicap, afin de disposer des compétences nécessaires à la réalisation du projet

Constituer l'équipe externe, au regard des compétences spécifiques au projet et du budget et planning du projet, en définissant le périmètre de l'intervention et les honoraires, et en validant leur contractualisation, afin de disposer des compétences nécessaires à sa réalisation

Coordonner les équipes créatives, en attribuant les tâches, en apportant un support technique et créatif, et en organisant des points d'étapes, en vérifiant les travaux à

chaque étape du projet et en respectant le planning et le budget du projet, afin de s'assurer que chaque partie soit en phase avec son idée créative de départ validée par le commanditaire

Motiver les équipes créatives et techniques, en s'appuyant sur des outils et méthodes de travail collaboratifs, pour les fédérer autour du projet et garantir la cohésion d'équipe

Gérer les dysfonctionnements dans les équipes créatives et techniques, en identifiant les causes puis des solutions alternatives, afin de maintenir et garantir un travail d'équipe efficace

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet soutenu

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur artistique en design graphique peut exercer ses fonctions dans différents types de structures dans les secteurs tels que la grande distribution, le luxe, l'évènementiel, la santé, l'industrie, les musées, les expositions, l'hôtellerie, la restauration, les bureaux, l'habitat, les espaces urbains, les lieux de culture, les lieux de formation et d'enseignement, les lieux de loisirs, les banques, les services publics :

- les agences de communication : qu'elles soient composées de moins de 10 personnes, ou qu'elles appartiennent à des holdings internationales, les agences de communication représentent une part importante des lieux d'exercice du directeur artistique en design graphique. Contactées par des marques d'agro-alimentaire, d'automobile, de services ou bien par des institutions publiques, ces agences travaillent sur la stratégie marketing et publicitaire pour promouvoir les marques et les produits commercialisés.
- les agences de design et de packaging : dans ces structures, le directeur artistique en design graphique participe activement à la création de l'identité visuelle d'une marque ou d'une gamme de produits. En relation avec les équipes créatives et les prestataires (imprimeurs, illustrateurs...), son rôle est à la fois celui du coordinateur général et du directeur de création.
- les agences web / interactives / digitales : sites internet, applications pour téléphones mobiles ou tablettes tactiles nouvelle génération, ou DVD, les agences web ou interactives développent des produits digitaux dans le cadre d'opérations marketing ou événementielles.

Les entreprises liées au multimédia sont très disparates, allant du groupe multinational à la PME (10 à plus de 50 salariés), voire à la TPE. Ces agences sont de plus en plus sollicitées par les annonceurs qui voient en elles la possibilité de diminuer leurs budgets communication tout en touchant un maximum d'audience.

- les entreprises dites « annonceurs » : les grandes entreprises sont en général dotées d'un service communication où l'on trouve un directeur artistique en design graphique qui supervise et coordonne les services ou équipes rattachés à la direction de la communication, qu'il s'agisse de la communication externe, de la communication interne ou du marketing opérationnel.
- les consultants / indépendants : le directeur artistique en design graphique peut également exercer ses fonctions en tant qu'indépendant. De plus en plus de professionnels s'orientent vers ce statut et interviennent auprès de leurs clients pour coordonner un ou plusieurs projets identifiés sur un délai donné. Ils se spécialisent souvent sur un ou deux secteurs d'activités en fonction de leurs réseaux clients.

A ces entreprises se rajoutent : les services publics, les services de communication des mairies, les groupes ou sociétés de presse, les maisons d'édition, les chaînes de télévision et groupes média, les sociétés de productions audiovisuelles (cinéma, vidéo, animation), les agences d'évènementiel, les agences d'identité visuelle, les agences de marketing direct, les studios de production de jeu vidéo ou de serious game.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur de la création

Chef de création artistique communication multimédia

Directeur de création web

Responsable de création

Responsable de conception communication multimédia

Directeur de création communication multimédia

Directeur artistique 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-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

La sélection d'entrée à la certification se fait sur entretien de motivation et présentation d'un portfolio (Book).
L'admission nécessite d'être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 6, acquis dans des domaines en lien avec le design graphique, le design numérique ou la communication visuelle.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir réalisé un stage de 25 semaines dans le domaine du design graphique et avoir transmis son rapport d'expérience au directeur pédagogique

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

Le jury comprend 5 membres dont :
4 professionnels qualifiés extérieurs à l'organisme certificateur, issus du domaine de la certification tels que des directeurs artistiques, designers graphiques, designers UI/UX, directeurs de création disposant d'au moins 5 ans d'expérience dans le domaine du design graphique +
1 personne de l'organisme certificateur, issue du secteur professionnel du design graphique (qui n'est pas intervenue dans le parcours de formation du candidat) : Directeur d'Autograf, Directeur adjoint ou formateur n'ayant pas participé à la formation du candidat.

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 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
9 157 €	Valeur par défaut · 199 branches

12 000 €	CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Branche des organismes de formation, CPNEF de la Publicité, CPNEF de la presse et des agences de presse
9 881 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNEF de l'audiovisuel
11 692 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
8 696 €	CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 000 €	CPNE-FP de l'Esthétique
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	09/02/2024
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	09/02/2026
Date de dernière délivrance possible	09/02/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	24	5	81 %	52 %
2021	35	1	100 %	86 %
2020	24	2	95 %	76 %
2019	21	2	71 %	67 %
2018	29	3	96 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37339

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42084

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36590, RNCP36709, RNCP37339, RNCP37520

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.autograf.fr/formations/mastere-directeur-artistique-en-design-graphique-option-creation-graphique>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38595/>