

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia

RNCP40378 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	132g, 320v
Formacode(s)	46081, 32135, 46347
Code(s) ROME	E1205, E1104
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/03/2025
Date d'échéance	28/03/2028

Certificateur(s)

COMMUNE DE PARIS · SIRET : 21750001617567

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Directeur artistique en communication visuelle et multimédia est un expert en stratégie de direction artistique, un créateur-concepteur et un manager d'équipe de projet et d'activités entrepreneuriales.

ACTIVITÉS VISÉES

Stratégie de direction artistique en communication visuelle et multimédia :

Expertiser la demande et/ou le cahier des charges en communication visuelle multimédia du commanditaire, de sa stratégie de communication

au regard des objectifs exprimés et en interaction avec des consultants

Concevoir une stratégie de communication visuelle et/ou multimédia en produisant une recommandation afin d'engager la création

Assurer une veille créative, technique et réglementaire

Pilotage et réalisation d'un projet de communication visuelle et multimédia :

Concevoir des propositions créatives et innovantes, en cohérence avec la recommandation stratégique faite au commanditaire

Présenter et valoriser des propositions face au commanditaire et faire valider une proposition

Développer et mettre au point la proposition retenue et ses adaptations aux différents supports

Suivre, contrôler et valider la mise en œuvre et l'avancement du projet jusqu'à la livraison de la production

Direction d'équipe de projet et d'activité entrepreneuriale en communication visuelle et multimédia :

Constituer et manager l'équipe : de l'identification des moyens et ressources humaines et techniques nécessaires au projet à la cohésion, mobilisation et performance de tous les intervenants. Dans ce cadre il prend en compte les différents types de handicap et prend les dispositions nécessaires et/ou se réfère aux services et organismes compétents

Gérer financièrement, juridiquement et administrativement

Promouvoir, valoriser et pérenniser l'activité entrepreneuriale

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Questionner le commanditaire sur l'ampleur de sa demande et analyser ses enjeux stratégiques, son positionnement, son territoire d'expression et son univers graphique.

Collecter, hiérarchiser, exploiter les diverses sources d'informations nécessaires aux analyses, aux expertises et aux diagnostics (concurrence directe et indirecte).

Concevoir le positionnement stratégique de la marque afin d'atteindre les objectifs visés.

Rédiger la recommandation stratégique qui présente la problématique, le parti pris et les axes de création proposés.

Définir et identifier les moyens et expertises pour préciser, contextualiser et valoriser la demande et définir le cadre d'intervention et estimation de la faisabilité : contraintes (délais, coûts, éléments techniques...).

Présenter, défendre la proposition au commanditaire et faire valider la proposition.

Mettre en œuvre un dispositif (canaux d'informations et outils de recherches) de veille créative, technique et réglementaire pour intégrer les évolutions ou innovations dans sa démarche stratégique et créative.

Entretenir son bon niveau d'informations pour être créatif, compétitif, innovant : lecture presse spécialisée...

Déterminer et engager un parti pris de conception et de création innovant pour chaque proposition.

Exprimer et développer les axes créatifs au préalable déterminés dans la recommandation stratégique.

Réaliser ou faire réaliser les partis pris créatifs, les recherches graphiques et/ou volumétriques : esquisses, maquettes, prototypes, story-board, etc.

Définir les supports visuels, graphiques et/ou en volume des meilleures propositions sélectionnées parmi les solutions développées, pour optimiser la bonne compréhension du projet auprès du commanditaire.

Valoriser les propositions par un argumentaire pertinent et spécifique pour chacune d'elles et assister le commanditaire dans sa prise de décision pour valider la proposition retenue.

Négocier les modalités de réalisation du projet retenu auprès du commanditaire en intégrant l'ensemble des contraintes organisationnelles et budgétaires.

Recadrer, déployer et décliner le concept retenu sur tous supports, médias print et digitaux, et ajuster les moyens à mettre en œuvre en fonction des évolutions de la demande le cas échéant.

Faire respecter les contraintes du cahier des charges, les normes qualité définies et la législation, tant au niveau des supports utilisés et des techniques employées, que du contenu des messages diffusés.

Assurer le suivi de la production, son contrôle et sa validation à toutes les étapes du suivi de la production, ainsi que la mise en œuvre des décisions et de leur évolution, auprès des fournisseurs et fabricants (qualité, coût, délai...) jusqu'au parfait achèvement du projet

dans son intégralité : déploiement et livraison.

Garantir une cohérence d'ensemble du projet de communication visuelle ou multimédia en contrôlant à chaque étape les choix artistiques initiaux (qualité du regard et du jugement créatif).

S'assurer de la livraison et du déploiement dans le cadre réglementaire et contractuel.

Définir les moyens, les ressources humaines et techniques nécessaires, constituer les équipes, contrôler leurs statuts et qualifications en adaptant ses méthodes managériales.

Structurer, coordonner, superviser les étapes de réalisation du projet, les rencontres avec tous les interlocuteurs à toutes les étapes de la validation et faciliter la communication de tous les intervenants, à toutes les étapes, en faisant évoluer le projet, si nécessaire, selon les problématiques rencontrées.

S'assurer de la transmission des informations et consignes : des briefs, comptes-rendus, instructions et documents à tous les intervenants et aux divers concepteurs d'images : photographes, infographistes 2D, 3D, illustrateurs...

Accompagner les intervenants dans la résolution des problématiques techniques et/ou humaines rencontrées et prendre les décisions stratégiques en cas de dysfonctionnements humains et techniques visant la production.

Apprécier/négocier

coûts, délais, qualité... avec la sous-traitance éventuelle : développeur, graphiste free-lance, roughman, illustrateur, typographe, photographe... et produire tous les contrats de droits d'auteur ou de cession de droits le cas échéant.

Assurer le suivi des coûts de la production auprès des fournisseurs et fabricants et tous les aspects budgétaires et financiers du projet.

Facturer et s'assurer du paiement et honorer les obligations légales.

Définir les orientations stratégiques de l'entreprise et définir de nouveaux axes pouvant contribuer au développement de l'activité.

Concevoir une stratégie de communication/marketing, sa visibilité, sa présence sur les réseaux et mettre en valeur et protéger ses créations.

Entretenir la relation professionnelle et clientèle ; participer aux événements professionnels et mettre en œuvre un dispositif d'optimisation de ses démarches de prospection et de suivi commercial ou autre.

Entretenir son bon niveau de formation et éventuellement celui de ses équipes pour être présent, visible, compétitif, innovant.

Blocs de compétences

RNCP40378BC01 — Stratégie de direction artistique en communication visuelle et multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

Questionner le commanditaire sur l'ampleur de sa demande et analyser ses enjeux stratégiques, son positionnement, son territoire d'expression et son univers graphique.

Collecter, hiérarchiser, exploiter les diverses sources d'informations nécessaires aux analyses, aux expertises et aux diagnostics (concurrence directe et indirecte).

Concevoir le positionnement stratégique de la marque afin d'atteindre les objectifs visés.

Rédiger la recommandation stratégique qui présente la problématique, le parti pris et les axes de création proposés.

Définir et identifier les moyens et expertises pour préciser, contextualiser et valoriser la demande et définir le cadre d'intervention et estimation de la faisabilité : contraintes (délais, coûts, éléments techniques...).

Présenter, défendre la proposition au commanditaire et faire valider la proposition.

Mettre en œuvre un dispositif (canaux d'informations et outils de recherches) de veille créative, technique et réglementaire pour intégrer les évolutions ou innovations dans sa démarche stratégique et créative.

Entretenir son bon niveau d'informations pour être créatif, compétitif, innovant : lecture presse spécialisée...

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : soutenance d'une recommandation stratégique en direction artistique de communication visuelle et multimédia que le candidat aura conçue en toute autonomie.

RNCP40378BC02 — Pilotage et réalisation d'un projet de communication visuelle et multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

Déterminer et engager un parti pris de conception et de création innovant pour chaque proposition.

Exprimer et développer les axes créatifs au préalable déterminés dans la recommandation stratégique.

Réaliser ou faire réaliser les partis pris créatifs, les recherches graphiques et/ou volumétriques : esquisses, maquettes, prototypes, story-board, etc.

Définir les supports visuels, graphiques et/ou en volume des meilleures propositions sélectionnées parmi les solutions développées, pour optimiser la bonne compréhension du projet auprès du commanditaire.

Valoriser les propositions par un argumentaire pertinent et spécifique pour chacune d'elles et assister le commanditaire dans sa prise de décision pour valider la proposition retenue.

Négocier les modalités de réalisation du projet retenu auprès du commanditaire en intégrant l'ensemble des contraintes organisationnelles et budgétaires.

Recadrer, déployer et décliner le concept retenu sur tous supports, médias print et digitaux, et ajuster les moyens à mettre en œuvre en fonction des évolutions de la demande le cas échéant.

Faire respecter les contraintes du cahier des charges, les normes qualité définies et la législation, tant au niveau des supports utilisés et des techniques employées, que du contenu des messages diffusés.

Assurer le suivi de la production, son contrôle et sa validation à toutes les étapes du suivi de la production, ainsi que la mise en œuvre des décisions et de leur évolution, auprès des fournisseurs et fabricants (qualité, coût, délai...) jusqu'au parfait achèvement du projet

dans son intégralité : déploiement et livraison.

Garantir une cohérence d'ensemble du projet de communication visuelle ou multimédia en contrôlant à chaque étape les choix artistiques initiaux (qualité du regard et du jugement créatif).

S'assurer de la livraison et du déploiement dans le cadre réglementaire et contractuel.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : soutenance d'un projet de direction artistique en communication visuelle conçu, réalisé et piloté en toute autonomie.

RNCP40378BC03 — Direction d'équipe de projet et d'activité entrepreneuriale en communication visuelle et multimédia

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les moyens, les ressources humaines et techniques nécessaires, constituer les équipes, contrôler leurs statuts et qualifications en adaptant ses méthodes managériales.

Structurer, coordonner, superviser les étapes de réalisation du projet, les rencontres avec tous les interlocuteurs à toutes les étapes de la validation et faciliter la communication de tous les intervenants, à toutes les étapes, en faisant

évoluer le projet, si nécessaire, selon les problématiques rencontrées.

S'assurer de la transmission des informations et consignes : des briefs, comptes-rendus, instructions et documents à tous les intervenants et aux divers concepteurs d'images : photographes, infographistes 2D, 3D, illustrateurs...

Accompagner les intervenants dans la résolution des problématiques techniques et/ou humaines rencontrées et prendre les décisions stratégiques en cas de dysfonctionnements humains et techniques visant la production.

Apprécier/négocier

coûts, délais, qualité... avec la sous-traitance éventuelle : développeur, graphiste free-lance, roughman, illustrateur, typographe, photographe... et produire tous les contrats de droits d'auteur ou de cession de droits le cas échéant.

Assurer le suivi des coûts de la production auprès des fournisseurs et fabricants et tous les aspects budgétaires et financiers du projet.

Facturer et s'assurer du paiement et honorer les obligations légales.

Définir les orientations stratégiques de l'entreprise et définir de nouveaux axes pouvant contribuer au développement de l'activité.

Concevoir une stratégie de communication/marketing, sa visibilité, sa présence sur les réseaux et mettre en valeur et protéger ses créations.

Entretenir la relation professionnelle et clientèle ; participer aux événements professionnels et mettre en œuvre un dispositif d'optimisation de ses démarches de prospection et de suivi commercial ou autre.

Entretenir son bon niveau de formation et éventuellement celui de ses équipes pour être présent, visible, compétitif, innovant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : soutenance d'une expérience en entreprise (stage) devant un jury professionnel.

Mise en situation professionnelle : soutenance de la réponse à un appel d'offre devant un jury professionnel.

Mise en situation professionnelle : soutenance du book devant un jury professionnel.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Communication visuelle, communication globale, corporate et branding design, publicité, communication digitale, édition, marketing digital, animation, promotion, packaging, événementiel.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur artistique

Directeur de création

Design manager

Directeur de studio graphique

Directeur d'agence

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 %

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Détention d'un baccalauréat (toutes filières confondues).

L'accès au dispositif de certification se fait sur concours d'entrée en école publique. Une année en atelier préparatoire est fortement recommandée.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Avoir suivi la formation et accompli une expérience professionnelle en lien avec la certification (stage)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 4 à 6 professionnels en exercice, représentatifs de la profession visée et extérieurs à l'autorité délivrant la certification.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de 3 à 4 professionnels en exercice, représentatifs de la profession visée et extérieurs à l'autorité délivrant la certification.

Base légale

Date de décision	28/03/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/03/2028
Date de dernière délivrance possible	28/03/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	34	2	100 %	61 %
2021	29	4	100 %	78 %
2020	32	2	100 %	80 %
2019	32	1	100 %	77 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36386

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36386, RNCP36709, RNCP36738, RNCP38595, RNCP38942, RNCP39251

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://epsaa.fr/vae>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40378/>