

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia

RNCP40915 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	132g, 320, 320v
Formacode(s)	46090, 46340, 46341, 46311, 46347
Code(s) ROME	E1104, E1205, E1401
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	25/06/2025
Date d'échéance	25/06/2028

Certificateur(s)

CREAPOLE · SIRET : 34896866000046

<http://www.creapole.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'objectif de la certification est de former des experts en communication visuelle et multimédia, capables de concevoir des univers graphiques percutants en intégrant création artistique et technologies numériques.

Le métier de Concepteur Directeur Artistique et Graphique évolue avec la transformation digitale et la diversification des supports. Son rôle s'étend à de nombreux secteurs, où l'identité visuelle et l'innovation sont essentielles.

Face à ces évolutions, les entreprises recherchent des professionnels qualifiés, aptes à anticiper les tendances et à proposer des concepts visuels engageants. Cette certification répond à ces besoins en développant des compétences créatives, techniques et stratégiques adaptées aux exigences du marché.

ACTIVITÉS VISÉES

Identification des objectifs du client

Elaboration des contraintes du marché

Conception du concept créatif de la campagne de communication

Développement et adaptation des contenus et du plan de diffusion

Organisation et pilotage de la production graphique et technique

Supervision de la production et contrôle qualité

Préparation de la valorisation du projet

Communication et valorisation du projet

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Identifier les objectifs créatifs et stratégiques du commanditaire en interprétant le brief transmis, en identifiant les besoins et attentes ainsi que les contraintes (budget, normes réglementaires ou relatives à l'accessibilité, etc.) afin de traduire les objectifs du commanditaire en orientations artistiques opérationnelles adaptées à la stratégie globale.

Formaliser un cahier des charges détaillé en définissant les objectifs créatifs, en présentant une synthèse des objectifs de la marque basée sur l'analyse du brief et des échanges, en précisant les livrables attendus afin de fournir un cadre précis pour le projet.

Explorer les dynamiques du marché en menant une veille sur les tendances artistiques et graphiques et les innovations technologiques, en analysant les tendances de consommation et phénomènes sociaux émergents afin d'identifier les évolutions influençant les choix esthétiques et les attentes des cibles du secteur.

Evaluer l'environnement concurrentiel dans une perspective artistique en analysant le positionnement visuel, artistique et stratégique des concurrents, en identifiant les attentes des cibles et les opportunités créatives afin d'identifier des axes différenciants et les menaces à contourner dans l'élaboration des concepts graphiques ou des campagnes.

Définir l'identité visuelle de la marque en étudiant sa charte graphique, en vérifiant son adéquation avec les objectifs stratégiques et les attentes des cibles afin de garantir la cohérence entre son identité visuelle, le positionnement global de la marque et la stratégie.

Elaborer une stratégie de communication créative et adaptée au brief et à l'analyse du brief en définissant les valeurs, les messages de la campagne, les arguments ainsi que les premières représentations visuelles de ces éléments afin de former des axes créatifs adaptés pouvant inclure les engagements spécifiques du commanditaire (inclusivité, écologie, etc.).

Développer les axes créatifs en faisant des recherches sous forme de dessins de composition d'affiche basés sur la stratégie définie, en intégrant des réinterprétations contemporaines des styles passés (couleurs typographie, références, bording) en transformant le message en accroche percutante et en collaborant avec le commanditaire afin de sélectionner l'axe le plus prometteur.

Réaliser des maquettes visuelles finalisées du concept en les déclinant sous divers formats (Print, Web, etc.) afin de permettre une visualisation du concept.

Gérer l'image de la campagne en définissant une identité visuelle et narrative forte, en sélectionnant, si besoin, les représentants ou égéries les plus adaptés, en scénarisant leur mise en scène et en travaillant les éléments visuels (couleur, composition, style) de la production afin d'assurer l'adéquation entre la production, l'égérie et le message transmis.

Concevoir un plan de diffusion adapté à la campagne en collaborant avec les media planners, en définissant les supports de communication adaptés afin d'assurer une diffusion cohérente et optimale des contenus selon le timing et le budget définis.

Adapter les contenus visuels et narratifs à l'ensemble des supports de communication en déclinant les créations graphiques pour les différents formats (motion[1]

, print[2]

, DOOH, web, habillages graphiques, réseaux sociaux, applications, packaging, PLV, goodies, événementiels...) afin de garantir leur impact et leur lisibilité dans les différents contextes d'utilisation.

Concevoir des éléments spécifiques pour les points de vente en créant des packs graphiques et en scénarisant des solutions adaptées la PLV[1]

(présentoirs, affichages, habillages d'espaces) afin de maximiser l'impact visuel du produit sur le lieu de vente.

Planifier la production des éléments techniques de la campagne en établissant un planning détaillé des étapes de production, en intégrant les contraintes liées aux délais, aux normes réglementaires (environnementales et accessibilité) ainsi qu'aux exigences techniques afin de garantir une organisation efficace et fluide du processus.

Coordonner les équipes techniques et les parties prenantes au projet en communiquant les exigences créatives et techniques, en supervisant les interactions entre les différents intervenants (graphistes, imprimeurs, etc.) afin de garantir une production fluide et harmonieuse.

Superviser la production des éléments visuels et techniques en contrôlant les tests de productions (bon à tirer, grammage, couleurs, temps de séchage des encres), en validant les formats numériques (animations, vidéos, éléments interactifs) afin d'assurer une exécution conforme aux exigences du projet.

Assurer le contrôle qualité des livrables en appliquant des protocoles de vérification rigoureux sur les supports physiques et numériques, en identifiant les écarts éventuels et en demandant les ajustements nécessaires, afin de garantir leur conformité aux exigences techniques, créatives et réglementaires.

Préparer une argumentation factuelle autour du projet en identifiant les points forts et en structurant des arguments clairs et percutants et en s'appuyant sur des données concrètes, chiffrées, ou des exemples probants afin de défendre efficacement le projet auprès des parties prenantes.

Construire un storytelling autour du projet en élaborant une narration autour des points forts identifiés, en intégrant les valeurs et les émotions à transmettre afin de maximiser son impact et sa mémorabilité.

Concevoir des supports de présentation attractifs en intégrant des rendus 3D, des prototypes, des illustrations techniques et des supports interactifs et en adaptant ces supports aux besoins spécifiques de chaque audience (dont les personnes en situations de handicap) afin de captiver l'attention des décideurs et clients potentiels.

Adapter la communication pour différents publics en modulant le contenu des présentations selon le profil et les attentes des clients, partenaires et fournisseurs, et en utilisant un langage et des supports adaptés, afin de susciter la compréhension, l'intérêt, l'adhésion et l'engagement concret de chaque audience.

Blocs de compétences

RNCP40915BC01 — Analyser la demande du commanditaire

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les objectifs créatifs et stratégiques du commanditaire en interprétant le brief transmis, en identifiant les besoins et attentes ainsi que les contraintes (budget, normes réglementaires ou relatives à l'accessibilité, etc.) afin de traduire les objectifs du commanditaire en orientations artistiques opérationnelles adaptées à la stratégie globale.

Formaliser un cahier des charges détaillé en définissant les objectifs créatifs, en présentant une synthèse des objectifs de la marque basée sur l'analyse du brief et des échanges, en précisant les livrables attendus afin de fournir un cadre précis pour le projet.

Explorer les dynamiques du marché en menant une veille sur les tendances artistiques et graphiques et les innovations technologiques, en analysant les tendances de consommation et phénomènes sociaux émergeants afin d'identifier les évolutions influençant les choix esthétiques et les attentes des cibles du secteur.

Évaluer l'environnement concurrentiel dans une perspective artistique en analysant le positionnement visuel, artistique et stratégique des concurrents, en identifiant les attentes des cibles et les opportunités créatives afin d'identifier des axes différenciants et les menaces à contourner dans l'élaboration des concepts graphiques ou des campagnes.

Définir l'identité visuelle de la marque en étudiant sa charte graphique, en vérifiant son adéquation avec les objectifs stratégiques et les attentes des cibles afin de garantir la cohérence entre son identité visuelle, le positionnement global de la marque et la stratégie.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle

: Le candidat présente un dossier d'analyse de la demande du commanditaire

Soutenance orale

RNCP40915BC02 — Elaborer la stratégie et le design de la campagne de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer une stratégie de communication créative et adaptée au brief et à l'analyse du brief en définissant les valeurs, les messages de la campagne, les arguments ainsi que les premières représentations visuelles de ces éléments afin de former des axes créatifs adaptés pouvant inclure les engagements spécifiques du commanditaire (inclusivité, écologie, etc.).

Développer les axes créatifs en faisant des recherches sous forme de dessins de composition d'affiche basés sur la stratégie définie, en intégrant des réinterprétations contemporaines des styles passés (couleurs typographie, références, bording) en transformant le message en accroche percutante et en collaborant avec le commanditaire afin de sélectionner l'axe le plus prometteur.

Réaliser des maquettes visuelles finalisées du concept en les déclinant sous divers formats (Print, Web, etc.) afin de permettre une visualisation du concept.

Gérer l'image de la campagne en définissant une identité visuelle et narrative forte, en sélectionnant, si besoin, les représentants ou égéries les plus adaptés, en scénarisant leur mise en scène et en travaillant les éléments visuels (couleur, composition, style) de la production afin d'assurer l'adéquation entre la production, l'égérie et le message transmis.

Concevoir un plan de diffusion adapté à la campagne en collaborant avec les media planners, en définissant les supports de communication adaptés afin d'assurer une diffusion cohérente et optimale des contenus selon le timing et le budget définis.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle

: Le candidat présente un dossier de conception d'une campagne de communication.

Soutenance orale.

RNCP40915BC03 — Piloter une campagne de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Planifier la production des éléments techniques de la campagne en établissant un planning détaillé des étapes de production, en intégrant les contraintes liées aux délais, aux normes réglementaires (environnementales et accessibilité) ainsi qu'aux exigences techniques afin de garantir une organisation efficace et fluide du processus.

Coordonner les équipes techniques et les parties prenantes au projet en communiquant les exigences créatives et techniques, en supervisant les interactions entre les différents intervenants (graphistes, imprimeurs, etc.) afin de garantir une production fluide et harmonieuse.

Superviser la production des éléments visuels et techniques en contrôlant les tests de productions (bon à tirer, grammage, couleurs, temps de séchage des encres), en validant les formats numériques (animations, vidéos, éléments interactifs) afin d'assurer une exécution conforme aux exigences du projet.

Assurer le contrôle qualité des livrables en appliquant des protocoles de vérification rigoureux sur les supports physiques et numériques, en identifiant les écarts éventuels et en demandant les ajustements nécessaires, afin de garantir leur conformité aux exigences techniques, créatives et réglementaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle : Le candidat présente de développement d'une campagne de communication,.

Soutenance orale

RNCP40915BC04 — Communiquer autour d'un projet de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Préparer une argumentation factuelle autour du projet en identifiant les points forts et en structurant des arguments clairs et percutants et en s'appuyant sur des données concrètes, chiffrées, ou des exemples probants afin de défendre efficacement le projet auprès des parties prenantes.

Construire un storytelling autour du projet en élaborant une narration autour des points forts identifiés, en intégrant les valeurs et les émotions à transmettre afin de maximiser son impact et sa mémorabilité.

Concevoir des supports de présentation attractifs en intégrant des rendus 3D, des prototypes, des illustrations techniques et des supports interactifs et en adaptant ces supports aux besoins spécifiques de chaque audience (dont les personnes en situations de handicap) afin de captiver l'attention des décideurs et clients potentiels.

Adapter la communication pour différents publics en modulant le contenu des présentations selon le profil et les attentes des clients, partenaires et fournisseurs, et en utilisant un langage et des supports adaptés, afin de susciter la compréhension, l'intérêt, l'adhésion et l'engagement concret de chaque audience.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Concepteur Directeur Artistique et Graphique exerce dans un large éventail de secteurs, car la communication visuelle et multimédia est essentielle à de nombreuses industries. Ses compétences sont recherchées dans les domaines de la publicité, de l'audiovisuel, de l'édition, du design, du marketing, et de l'événementiel. Il peut exercer dans différents types de structures :

- Agences de communication
- Studios de création graphique, design de branding et packaging
- Agences web et multimédia
- Agences d'événementiel, communication d'influence et gestion de crise
- Départements de communication des entreprises, des collectivités locales et des associations

Ces structures varient en taille, allant de petites agences indépendantes à des multinationales.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur artistique
- Directeur créatif
- Visual designer

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'exercice de la profession de Concepteur Directeur Artistique et Graphique n'est pas réglementé.

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

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

1ère et 2ème année : niveau 4

3ème année : niveau 5

4ème année : niveau 6

Entretien d'admission et présentation d'un dossier pour chaque entrée en formation quel que soit l'année.

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

Spécialisation concernée ainsi que de 6 membres externes minimum (3 designers graphiques/Directeurs Artistiques et 3 managers de designers/directeurs artistiques). Le pourcentage de jurés externes représentera toujours plus de 85% des jurés.

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

Nouvelle-Calédonie

Base légale

Date de décision	25/06/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	25/06/2028
Date de dernière délivrance possible	25/06/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2023	9	0	100 %	33 %
2021	13	0	100 %	54 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36709

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP36709, RNCP36738, RNCP38589, RNCP38595, RNCP40164, RNCP40267

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40915/>