

Directeur artistique en design de marque et expérience utilisateur

RNCP42326 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	132g, 320, 322
Formacode(s)	46090, 46217, 46347, 46003, 46370
Code(s) ROME	E1103, E1104, E1105, E1401, E1205
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	29/05/2026
Date d'échéance	29/05/2031

Certificateur(s)

BRASSART BORDEAUX · SIRET : 48790002900025**BRASSART RHONE ALPES · SIRET : 52472681700066**<https://www.brassart.fr/campus/ecole-lyon>**ECOLE BRASSART · SIRET : 45083327200120****BRASSART PARIS · SIRET : 52472809400052****BRASSART MONTPELLIER · SIRET : 53334635900052**<https://www.brassart.fr/>**BRASSART TOULOUSE · SIRET : 52529949100031****BRASSART PACA · SIRET : 52534048500024**<https://www.brassart.fr/>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Depuis sa création, l'école BRASSART répond et s'adapte à la demande du marché en observant de près l'évolution des usages, le contexte économique et sociétal, les technologies, les modes d'organisation et les besoins en compétences qui en découlent.

Le rôle du Directeur artistique, historiquement centré sur la création visuelle et graphique, a considérablement évolué au fil des années. Il n'est plus simplement le garant et chef orchestre de la cohérence visuelle et graphique, il devient également le scénariste du parcours de l'utilisateur. À l'ère du numérique et de la révolution de l'intelligence artificielle, son rôle ne se limite plus à produire des supports esthétiques cohérents : il est un acteur stratégique de l'expérience globale de la marque.

En réponse à cette évolution significative, la certification Directeur Artistique en design de marque et expérience utilisateur développée par l'école BRASSART cible le développement de nouvelles compétences spécialisées tout au long de la démarche créative et de la réalisation du projet de design de marque pour nourrir l'expérience utilisateur.

ACTIVITÉS VISÉES

Élaboration de différents concepts créatifs en s'appuyant sur une démarche de veille formalisée.

Processus de test d'un concept créatif et exploitation des résultats.

Analyse de la demande et élaboration d'un axe stratégique de communication.

Formalisation et validation du concept créatif et d'expérience utilisateur.

Élaboration du parcours utilisateur et plan de déploiement de l'expérience de marque.

Formalisation des maquettes/prototypes du projet créatif intégrant le design système.

Mobilisation et animation des ressources humaines nécessaires à la réalisation du projet créatif.

Gestion des aléas rencontrés et évaluation de la production finale au regard de la direction artistique validée.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Expérimenter et développer des solutions créatives en amont de projets de valorisation de marque innovants et durables.

- Élaborer un système de veille sociétale, artistique, technologique, en s'appuyant notamment sur les outils d'intelligence artificielle (IA) adaptés, afin d'identifier des opportunités créatives émergentes et innovantes.
- Concevoir et expérimenter, des preuves de concepts (POC) créatifs afin d'en valider le potentiel innovant en mobilisant des connaissances hautement spécialisées, en intégrant les enjeux environnementaux et d'accessibilité.
- Développer un prototype créatif et innovant afin d'évaluer la pertinence du concept, la faisabilité technique et le respect des objectifs fixés.

- Organiser le processus de test du prototype

créatif auprès d'un panel qualifié d'utilisateurs pour évaluer la pertinence, l'affordance/l'ergonomie du concept créatif et le potentiel innovant.

- Analyser les résultats des tests, en mobilisant le cas échéant les outils d'IA adaptés, afin d'évaluer l'impact auprès des utilisateurs, et le cas échéant, d'optimiser la stratégie et la pertinence du concept créatif.
- Formaliser les résultats des expérimentations créatives afin de développer un référentiel de nouveaux usages dans le respect des enjeux environnementaux.

- Partager les résultats des expérimentations finalisées avec les équipes créatives pour construire un socle de connaissances partagées mobilisables dans les projets de valorisation de marque.

Analyser la demande et définir la stratégie créative et le design d'expérience du projet de valorisation de marque.

- Repérer les enjeux de la demande afin d'extraire les informations essentielles à la compréhension de l'environnement de marque du commanditaire (plateforme de marque, expérience client, contraintes du projet...).
- Analyser les éléments recueillis afin de définir un axe stratégique de communication, dans le respect des contraintes et des moyens spécifiés par le commanditaire.
- Traduire l'axe stratégique en concept créatif et en expérience utilisateur opérationnelle afin de définir la direction artistique pertinente au regard de la stratégie de la marque et dans le respect des enjeux environnementaux.
- Démontrer la pertinence du concept créatif et d'expérience utilisateur au commanditaire afin de valider le démarrage de la production.

Développer la proposition créative du projet en accord avec la vision stratégique de la marque.

- Organiser le parcours utilisateur, en mobilisant notamment les canaux et support de communication adaptés, et en s'appuyant, le cas échéant, sur des outils d'IA adaptés, afin de construire une expérience engageante dans le respect des attendus de la marque, et dans une optique de durabilité.
- Concevoir une architecture globale intégrant les supports physiques et numériques afin de garantir à l'utilisateur une expérience fluide et intuitive à chaque point de contact avec la marque, en garantissant l'accessibilité à tout type de public.
- Définir les spécifications fonctionnelles et techniques de l'expérience de marque en collaboration avec les équipes graphiques et techniques, afin d'en sécuriser le déploiement sur l'ensemble des canaux spécifiés.
- Élaborer le design système afin de garantir le respect de la direction artistique sur l'ensemble des supports de communication, dans une démarche d'éco conception.
- Créer des maquettes/prototypes du projet créatif afin de partager la proposition avec les équipes techniques et créatives.

Piloter le projet de valorisation de marque et manager les équipes créatives.

- Définir les expertises requises pour concevoir les supports de communication liés à une expérience de marque, afin de valider avec le commanditaire la composition d'une équipe experte, cohérente et opérationnelle, garantissant ainsi la maîtrise de l'ensemble du processus de production.
- Partager le plan de production aux équipes créatives, en détaillant les rôles et les responsabilités individuelles et collectives, afin de fédérer autour du projet les équipes pluridisciplinaires et, le cas échéant, multiculturelles.
- Piloter le projet, de manière inclusive et dans un souci de prévention des risques, en organisant la répartition des ressources humaines et techniques à chaque étape et en mobilisant notamment des outils digitaux collaboratifs, afin d'optimiser le déroulement et la fluidité de la production.
- Analyser, le cas échéant, les problématiques techniques survenues en cours de production, afin de coconstruire avec les équipes des solutions innovantes, tout en garantissant le respect des intentions artistiques et de l'expérience

utilisateur.

- Superviser et accompagner l'avancement de la production en lien avec l'équipe et en concertation avec le commanditaire, afin d'assurer la livraison des supports de communication prévus, en conformité avec les exigences du cahier des charges.
- Évaluer l'ensemble de la production sur la base de critères et d'indicateurs de performance définis conjointement avec le commanditaire, en mobilisant les outils d'analyse digitaux, afin d'assurer la cohérence des supports de communication et la pertinence globale de l'expérience de marque.

Blocs de compétences

RNCP42326BC01 — Expérimenter et développer des solutions créatives en amont de projets de valorisation de marque innovants et durables.

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer un système de veille sociétale, artistique, technologique, en s'appuyant notamment sur les outils d'intelligence artificielle (IA) adaptés, afin d'identifier des opportunités créatives émergentes et innovantes.

Concevoir et expérimenter, des preuves de concepts (POC) créatifs afin d'en valider le potentiel innovant en mobilisant des connaissances hautement spécialisées, en intégrant les enjeux environnementaux et d'accessibilité.

Développer un prototype créatif et innovant afin d'évaluer la pertinence du concept, la faisabilité technique et le respect des objectifs fixés.

Organiser le processus de test du prototype

créatif auprès d'un panel qualifié d'utilisateurs pour évaluer la pertinence, l'affordance/l'ergonomie du concept créatif et le potentiel innovant.

Analyser les résultats des tests, en mobilisant le cas échéant les outils d'IA adaptés, afin d'évaluer l'impact auprès des utilisateurs, et le cas échéant, d'optimiser la stratégie et la pertinence du concept créatif.

Formaliser les résultats des expérimentations créatives afin de développer un référentiel de nouveaux usages dans le respect des enjeux environnementaux.

Partager les résultats des expérimentations finalisées avec les équipes créatives pour construire un socle de connaissances partagées mobilisables dans les projets de valorisation de marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée.

RNCP42326BC02 — Analyser la demande et définir la stratégie créative et le design d'expérience du projet de valorisation de marque.

LISTE DE COMPÉTENCES

Repérer les enjeux de la demande afin d'extraire les informations essentielles à la compréhension de l'environnement de marque du commanditaire (plateforme de marque, expérience client, contraintes du projet...).

Analyser les éléments recueillis afin de définir un axe stratégique de communication, dans le respect des contraintes et des moyens spécifiés par le commanditaire.

Traduire l'axe stratégique en concept créatif et en expérience utilisateur opérationnelle afin de définir la direction artistique pertinente au regard de la stratégie de la marque et dans le respect des enjeux environnementaux.

Démontrer la pertinence du concept créatif et d'expérience utilisateur au commanditaire afin de valider le démarrage de la production.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée.

RNCP42326BC03 — Développer la proposition créative du projet en accord avec la vision stratégique de la marque.

LISTE DE COMPÉTENCES

Organiser le parcours utilisateur, en mobilisant notamment les canaux et support de communication adaptés, et en s'appuyant, le cas échéant, sur des outils d'IA adaptés, afin de construire une expérience engageante dans le respect des attendus de la marque, et dans une optique de durabilité.

Concevoir une architecture globale intégrant les supports physiques et numériques afin de garantir à l'utilisateur une expérience fluide et intuitive à chaque point de contact avec la marque, en garantissant l'accessibilité à tout type de public.

Définir les spécifications fonctionnelles et techniques de l'expérience de marque en collaboration avec les équipes graphiques et techniques, afin d'en sécuriser le déploiement sur l'ensemble des canaux spécifiés.

Élaborer le design système afin de garantir le respect de la direction artistique sur l'ensemble des supports de communication, dans une démarche d'éco conception.

Créer des maquettes/prototypes du projet créatif afin de partager la proposition avec les équipes techniques et créatives.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée.

RNCP42326BC04 — Piloter le projet de valorisation de marque et manager les équipes créatives.

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir les expertises requises pour concevoir les supports de communication liés à une expérience de marque, afin de valider avec le commanditaire la composition d'une équipe experte, cohérente et opérationnelle, garantissant ainsi la maîtrise de l'ensemble du processus de production.

Partager le plan de production aux équipes créatives, en détaillant les rôles et les responsabilités individuelles et collectives, afin de fédérer autour du projet les équipes pluridisciplinaires et, le cas échéant, multiculturelles.

Piloter le projet, de manière inclusive et dans un souci de prévention des risques, en organisant la répartition des ressources humaines et techniques à chaque étape et en mobilisant notamment des outils digitaux collaboratifs, afin d'optimiser le déroulement et la fluidité de la production.

Analyser, le cas échéant, les problématiques techniques survenues en cours de production, afin de coconstruire avec les équipes des solutions innovantes, tout en garantissant le respect des intentions artistiques et de l'expérience utilisateur.

Superviser et accompagner l'avancement de la production en lien avec l'équipe et en concertation avec le commanditaire, afin d'assurer la livraison des supports de communication prévus, en conformité avec les exigences du cahier des charges.

Évaluer l'ensemble de la production sur la base de critères et d'indicateurs de performance définis conjointement avec le commanditaire, en mobilisant les outils d'analyse digitaux, afin d'assurer la cohérence des supports de communication et la pertinence globale de l'expérience de marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Directeur Artistique en design de marque et expérience utilisateur exerce principalement ses fonctions dans :

- Des agences de communication et branding ;
- Des agences digitales et UX/UI ;
- Des cabinets de conseil et sociétés de services ;
- Des entreprises avec direction artistique internalisée ;
- Des maisons d'édition et Médias ;
- Des institutions publiques et culturelles.

Il peut également exercer son activité en qualité d'indépendant, en freelance ou via le statut d'autoentrepreneur :

- En solo, avec un réseau de partenaires,
- En micro-agence (studio créatif personnel),
- À proximité de clients variés : marques, institutions, agences, start-up.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur artistique

Concepteur d'expériences de marque / Brand Experience Designer

Designer d'identité visuelle/ Brand Designer

Directeur artistique digital / Directeur artistique UX/UI

UX/UI Designer (dimension directionnelle)

Creative Lead / Design Lead

Directeur créatif junior

Motion / Interactive Art Director

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de Directeur artistique en design de marque et expérience utilisateur n'est pas règlementé.
L'école BRASSART reste toutefois attentive à communiquer les aspects règlementaires en vigueur dans le secteur auprès de l'ensemble des candidats.

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)	2 449 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition · 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)	10 098
Jugés difficiles à recruter	22 %
Emplois saisonniers	20 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U0X92 — Journalistes et cadres de l'édition U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour accéder au parcours de formation complet délivré en 5 années (dont 1 année préparatoire) , le candidat doit :

- Etre titulaire d'un diplôme ou titre de niveau 4 ;
- Satisfaire au test d'entrée et à l'entretien de positionnement.

Cette disposition ne s'applique pas aux candidats via la voie de la V.A.E.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

La validation du stage professionnel (ou tout dispositif dérogatoire accordé par l'organisme certificateur), lié au parcours de formation visant la certification, est un prérequis à la validation de la certification.

Cette disposition ne s'applique pas aux candidats via la voie de la V.A.E.

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

- A minima, 2 professionnels qualifiés et expérimentés des métiers de la direction artistique, externes à l'organisme certificateur,
- 1 représentant de l'organisme certificateur, qui n'intervient pas en qualité de formateur auprès des candidats à la certification.

Base légale

Date de décision	29/05/2026
------------------	------------

Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	29/05/2031
Date de dernière délivrance possible	29/05/2035

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	61	0	76 %	—
2023	50	0	74 %	76 %

Liens avec d'autres certifications

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP40164, RNCP40843

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.brassart.fr/formations/mastere-formation-design-graphique-multimedia>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42326/>