

directeur artistique

RNCP6432 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	322n
Code(s) ROME	E1205
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	24/01/2013

Certificateur(s)

Groupe ESC Lille

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Dans le cadre d'une agence conseil en communication (Publicité par exemple), et dans le service création, le directeur artistique conçoit - en association avec un concepteur rédacteur - des réponses pertinentes et originales à des problèmes de communication et assure le suivi de réalisation de ses projets sous la responsabilité d'un directeur de création.

Le Directeur Artistique :

Analyse la demande commerciale et participe à la réflexion stratégique.

Suggère des améliorations en termes de stratégie, de choix d'actions et de choix médias aux commerciaux.

Répond aux demandes commerciales et conçoit des projets de campagnes.

Participe à des campagnes 'transversales' ou 'multicanal' (tous supports de communication média et hors média).

Participe à la réalisation des maquettes nécessaires aux présentations internes agence et à la présentation externe client (recommandation d'action).

Définit l'idée et/ou le concept à la base de son projet.

Propose des idées visuelles.

Imagine un code visuel spécifique au produit ou à la marque dont il a la charge.

Définit le choix typographique et les types de visuels qui seront utilisés.

Maquette ses projets sur ordinateur (usage de logiciels graphiques).

Explique et justifie par écrit et oralement (en public) son idée et ses partis pris créatifs.

Participe à la réalisation finale de la recommandation et la contrôle.

Contrôle la qualité de la production des sous-traitants (illustrateurs, photographes, mannequins et/ou comédiens, réalisateurs).

Participe aux réunions de pré-production.

Participe et contrôle le tournage et la post-production d'un film publicitaire.

Respecte les délais et l'ensemble des contraintes budgétaires.

Prend toutes les initiatives et décisions que les circonstances exigent.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Ses connaissances :

Connait les bases théoriques du marketing et de la communication.

Connait les différents circuits de distribution des produits et services.

Connait les différents comportements types de consommation, les sources de motivation à l'action.

Connait les différents médias et leurs contraintes d'utilisation.

Connait les actions possibles en hors média (marketing services).

Connait les technologies liées à l'usage d'internet et de la téléphonie mobile.

Connait et maîtrise des méthodologies de recherche d'idées.

Connait les lexiques professionnels spécifiques des différents sous traitants.

Connait la chaîne de fabrication, la photogravure et le façonnage (pour ceux travaillant dans une agence de marketing services).

Connait et maîtrise les règles de mise en page (direction artistique) en fonction des contraintes spécifiques aux différents médias et aux différents formats des supports utilisés.

Ses compétences :

1. Analyser la demande du commercial
Comprend et améliore la stratégie de communication du commercial, résumée dans un Plan de travail Créatif (PTC) ou 'brief', qui donne les informations majeures pour concevoir la campagne à partir d'une cible donnée : le message, les moyens de communication.
Identifie les besoins et/ou motivations de la cible sur lesquels s'appuyer pour concevoir la campagne et reformuler le message à communiquer si nécessaire.
Propose un ou plusieurs moyens de communication en plus ou en remplacement des moyens préconisés par les services commerciaux et média planning internes agence.
2. Répondre à la demande en concevant une campagne ou une opération de communication pertinente et originale
Collecte et analyse les informations se rapportant au produit, à la marque, au marché concerné ; analyse les campagnes passées de l'entreprise cliente et celles de ses concurrents (pige) et trouve un élément de communication différenciant.
Imagine une réponse (idée) pertinente par rapport à la demande et originale dans sa forme, tout en respectant les contraintes de réalisation finale (avant tout financières).
Analyse objectivement ses idées et sélectionne la plus adaptée au problème à résoudre et à la culture de l'entreprise cliente (Annonceur).
Donne les arguments justifiant la réalisation de l'idée proposée.
3. Réaliser des projets de campagnes ou d'opérations de communication pour présentation interne puis externe devant l'Annonceur
Identifie les références culturelles de la cible de la communication pour choisir les visuels les mieux adaptés à celle-ci.
Conçoit, à partir de l'idée de départ, avec son partenaire Concepteur Rédacteur habituel (team), ou autre, l'ensemble des éléments de communication : annonce presse, message postal (mailing), affiche, message radio, film Internet et/ou Télévision.
Définit les visuels nécessaires à la réalisation future de l'idée.
Participe (donne son opinion, suggère des modifications) à la rédaction de son partenaire Concepteur Rédacteur.
Maquette l'ensemble des projets sur ordinateur (PAO) avec les logiciels : Indesign, Illustrator, Photoshop, QuarkXpress.
Présente et justifie la création proposée en réunion interne agence, voire en réunion externe client (Annonceur).
4. Participer à la réalisation finale de la campagne ou de l'opération de communication et en conserver le contrôle
Donne des informations précises à un service spécialisé interne agence, type Achat d'Art (achat d'une illustration ou d'une photographie), ou TV Production (choix d'un réalisateur ou d'une société de production), pour identifier et trouver des objets (stylisme), des physiques (mannequins, comédiens), des voix (comédiens), un style d'illustration ou de photographie, un style de réalisation, un style de musique.
Choisit le ou les spécialistes les plus aptes à la bonne réalisation du projet.
Pour un message postal (mailing), choisit le papier, définit le façonnage (pliage).
Pour un film, participe aux réunions de pré-production, au tournage et à la post production en étant le garant du respect de l'idée initiale et en assumant la responsabilité du résultat final.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Types d'entreprises où travaille le directeur artistique :

Agences conseil en communication :

Agence de publicité

Agence de communication d'image d'entreprise (communication institutionnelle ou corporate)
Agence de communication d'entreprise à entreprises (business to business)
Agence de communication événementielle (conventions, lancements produits)
Agence de communication de ressources humaines (recrutement, communication interne, motivation salariés)
Agence de marketing services (marketing direct, promotion des ventes, édition, multimédia)
Agence conseil en communication interactive (site internet, téléphonie portable)
Entreprises de vente à distance (service création intégré)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Types d'emplois accessibles :

Directeur artistique junior, Directrice artistique junior

Dans les grandes agences très hiérarchisées, possibilité de débiter comme assistant(e) directeur artistique.

Dans les entreprises de vente à distance, le terme exact est Maquettiste.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

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 %
Familles professionnelles (FAP)	U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 3 professionnels, travaillant comme salariés dans des agences d'Ile de France (principaux lieux de débouchés professionnels) et/ou de la Région Nord, réputées pour leur créativité.

Il comprend 3 Directeurs Artistiques seniors ou 2 Directeurs Artistiques seniors et un Concepteur Rédacteur senior (partenaire habituel d'un des deux DA), capable de juger un candidat Directeur Artistique.

Si un Directeur de Création est présent dans ce jury, c'est de préférence un ancien Directeur Artistique.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de 3 professionnels, travaillant comme salariés dans des agences d'Ile de France (principaux lieux de débouchés professionnels) et/ou de la Région Nord, réputées pour leur créativité.

Il comprend 3 Directeurs Artistiques seniors ou 2 Directeurs Artistiques seniors et 1 Concepteur Rédacteur senior (partenaire habituel d'un des deux DA), capable de juger un candidat Directeur Artistique.

Si un Directeur de Création est présent dans ce jury, c'est de préférence un ancien Directeur Artistique.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 24/01/2013

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP5582

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP18309

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/6432/>