

concepteur rédacteur / conceptrice rédactrice

RNCP7400 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	321n
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 concepteur rédacteur conçoit - en association avec un directeur artistique - 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 concepteur rédacteur :

Analyse la demande du commercial 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).

Contribue 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.

Rédige, court ou long, pour tous les médias.

Propose des idées visuelles.

Rédige ses textes sur ordinateur sans faire de fautes d'orthographe.

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 (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

1. Analyser la demande du commercial

Analyse et optimise 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 pour 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 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 le ton, le vocabulaire et les références visuelles les mieux adaptés à celle-ci.

Conçoit, à partir de l'idée de départ, avec son partenaire Directeur Artistique habituel (team), ou autre, l'ensemble des éléments de communication : annonce presse, message postal (mailing), affiche, message radio, film Internet et/ou Télévision.

Rédige la totalité des textes nécessaires à la réalisation future de l'idée.

Participe au choix des visuels nécessaires à la réalisation future de l'idée.

Participe (donne son opinion, suggère des modifications) à la mise en forme des maquettes finalisées (PAO), réalisées par son partenaire Directeur Artistique.

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 indications précises à un service interne agence, type Achat d'Art (achat d'une illustration ou d'une photographie), ou TV Production (choix d'un réalisateur et 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.

Dirige un enregistrement de message radio.

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 concepteur rédacteur :

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 :

Concepteur rédacteur junior, conceptrice rédactrice junior.

Dans les entreprises de vente à distance, le terme exact est rédacteur ou rédactrice.

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, 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 Concepteurs Rédacteurs seniors ou 2 Concepteurs Rédacteurs seniors et 1 Directeur Artistique senior (partenaire habituel d'un des deux CR), capable de juger un candidat Concepteur Rédacteur.

Si un Directeur de Création est présent dans le jury, c'est de préférence un ancien CR.

Base légale

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

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP6431

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP18310

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/7400/>