

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 18310**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Concepteur rédacteur

Nouvel intitulé : Concepteur rédacteur

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
SKEMA Business School	Directrice générale

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

321n Conception : Définition des politiques journalistiques, conception des stratégies et campagnes publicitaires

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Concepteur Rédacteur / Conceptrice Rédactrice (nous utiliserons l'abréviation CR).

Dans les agences de Publicité ou de Marketing Services, la Conceptrice Rédactrice ou le Concepteur Rédacteur travaille au quotidien avec un(e) même partenaire, spécialisé(e) en conception visuelle. Ils conçoivent ensemble les réponses aux briefs des commerciaux et les concrétisent sous forme de campagnes publicitaires utilisant les différents médias, le hors média et les médias sociaux.

Dans les agences de Publicité et de Marketing Services (notre principal débouché professionnel), on parle de « team créatif ».

Historiquement on évoque les fonctions de CR et de DA (Directeur/Directrice Artistique) pour parler du team créatif.

Le ou la CR travaille le plus souvent avec le ou la même partenaire durant plusieurs années (certaines agences préfèrent cependant composer les duos en fonction des problèmes à résoudre).

On leur demande de donner « libre cours » à leur intelligence et à leur imagination afin de trouver une réponse pertinente et originale au problème posé par une entreprise cliente de l'agence : désignée comme l'Annonceur.

Le ou la CR est responsable de la qualité de ses prestations devant le Directeur de Création (DC) de son agence.

Sup de Création apprend à ses étudiants en conception rédaction à travailler au quotidien avec ses étudiants en conception visuelle.

Certains d'entre eux sont embauchés en team.

Sa principale activité est de concevoir des campagnes de communication utilisant les 5 médias « historiques » (dits « offline ») : Presse, Affichage, Télévision, Cinéma, Radio, mais aussi les moyens de communication digitaux (dits « online »).

Pour les campagnes digitales intégrant le Web, les réseaux sociaux et les terminaux mobiles type Smartphone et tablettes tactiles, le/la CR et son/sa partenaire attitré(e) s'associent aux techniciens spécialisés en Communication Digitale ou à un « Groupe Projet » composé de plusieurs métiers spécialisés dont des web designers, des animateurs flash, des motion designers, des sound designers, des développeurs, des community managers etc. Le groupe projet permet d'être en phase avec les dernières tendances et innovations technologiques.

Les capacités attestées :

Capacité à analyser et à optimiser la demande du commercial.

- Comprendre et pouvoir améliorer la stratégie de communication du commercial, résumée dans un « brief ».
- Reformuler le message à communiquer si nécessaire.
- Proposer un ou plusieurs moyens de communication en plus ou en remplacement des moyens préconisés par les services commerciaux et média planning internes agence.

Capacité à répondre en concevant une campagne ou une opération de communication pertinente et originale.

- Collecter et analyser les informations se rapportant au produit, à la marque, au marché concerné ; analyser les campagnes passées de l'entreprise cliente et celles de ses concurrents (pige) et trouver un élément de communication différenciant.
- Imaginer 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).
- Trouver les arguments justifiant la réalisation de l'idée proposée.

Capacité à réaliser des projets de campagnes ou d'opérations de communication pour présentation interne puis externe devant l'Annonceur.

- Concevoir, à partir de l'idée de départ, avec son partenaire habituel (team) ou autre, l'ensemble des éléments de communication demandés : annonce presse, affiche, film télévision ou cinéma, radio mais aussi, film diffusé via internet, bannière web, toutes opérations réseaux sociaux, sites.
- Rédiger la totalité des textes nécessaires à la réalisation future du projet.

Capacité à participer avec son partenaire à la réalisation finale de la campagne ou de l'opération de communication et en conserver le contrôle.

Donner des indications précises à un service spécialisé interne agence, type Achat d'Art (choix d'un illustrateur ou d'un photographe) ou TV Production (choix d'un réalisateur ou d'une société de production), pour identifier et trouver des objets (stylisme), des physiques (mannequins, acteurs), un style d'illustration ou de photographie, un style de réalisation, un style de musique.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

La fonction s'exerce principalement dans une agence de Publicité ou dans une agence de Marketing Services (marketing relationnel et/ou marketing opérationnel) ou en indépendant.

Concepteur Rédacteur / Conceptrice Rédactrice publicitaire. Concepteur / Conceptrice en publicité.

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1104 : Conception de contenus multimédias

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification comporte 4 composantes ou modules :

Module 1. Analyser la demande du commercial

En préalable à chaque projet, le candidat présente oralement et de manière synthétique la stratégie de communication ou Brief à l'origine de celui-ci, afin de faire la démonstration de son aptitude à comprendre et savoir analyser la demande d'un commercial.

Ses réponses aux questions du jury permettent d'évaluer sa compétence à optimiser celle-ci.

Module 2. Répondre en concevant une opération ou une campagne de communication pertinente et originale.

Pour chaque projet, le candidat présente sa réponse sous forme d'idée, justifie son idée et répond aux questions posées sur ce choix.

Chaque projet étant une démonstration de pertinence par rapport au Brief et d'originalité par rapport aux campagnes passées et présentes de produits ou services similaires à ceux présentés.

Module 3. Réaliser des projets d'opération ou de campagne pour présentation interne puis externe devant l'entreprise cliente.

Pour tous les projets comportant des mots (des projets purement visuels peuvent aussi être présentés dans un dossier de CR), le/la candidat(e) doit faire preuve de ses qualités rédactionnelles dans la réalisation d'accroches, de signatures, de copies explicatives, de textes de marketing direct, de messages radio, dans son ou ses projets de films publicitaires ou vidéos virales, dans ses textes spécifiques web.

Module 4. Participer à la réalisation finale de l'opération ou de la campagne et en conserver le contrôle.

Il s'agit toujours de participer à la réalisation collective de la campagne.

Le candidat présente son projet sous forme de maquette, puis la réalisation de celui-ci (exemples : maquette finalisée puis parution presse ou affichage ou mailing, ou texte message radio puis message enregistré en studio, ou synopsis/storyboard puis le film réalisé).

Les candidats VAE présentent une majorité de projets réalisés.

En cas de non réalisation de ses projets, le candidat répond aux questions du jury destinées à évaluer ses connaissances sur le sujet (exemples : casting de comédiens ; organisation d'un enregistrement radio ; procédure de choix d'un réalisateur).

Les candidats en formation initiale explicitent la réalisation éventuelle de leurs projets.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OU/NI	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	3 jurés professionnels, Concepteurs Rédacteurs publicitaires 100% extérieurs à la formation. 100% de salariés
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2007	X	3 jurés professionnels, Concepteurs Rédacteurs publicitaires 100% extérieurs à la formation. 100% de salarié

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 16 janvier 2008 publié au Journal Officiel du 24 janvier 2008 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour 5 ans, avec effet au 24 janvier 2008 jusqu'au 24 janvier 2013.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 20 janvier 2014 publié au Journal Officiel du 30 janvier 2014 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau II, sous l'intitulé "Concepteur rédacteur" avec effet au 24 janvier 2013, jusqu'au

30 janvier 2017.

Arrêté du 03 octobre 2008 publié le 13 novembre 2008 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification du nom de l'organisme certificateur en "Groupe ESC Lille"

Pour plus d'informations

Statistiques :

11 titulaires de la certification par an en moyenne

Autres sources d'information :

mail : supdecre@wanadoo.fr

site : www.supdecreation.org

<http://www.supdecreation.org>

[SKEMA Business School](#)

Lieu(x) de certification :

SKEMA Business School - Programme Sup de Création - Campus Lille Avenue Willy Brandt - 59 777 Euralille

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

SKEMA Business School - Programme Sup de Création - Campus Lille Avenue Willy Brandt - 59 777 Euralille

Historique de la certification :

Certification précédente : [concepteur rédacteur / conceptrice rédactrice](#)

Certification suivante : [Concepteur rédacteur](#)