

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 26207**

### Intitulé

Directeur(trice) artistique en art graphique et multimédia

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Garti Le Plus	directrice

### Niveau et/ou domaine d'activité

**II (Nomenclature de 1969)**

**6 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

320v Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le/la Directeur/trice artistique et l'équipe de création mettent en forme, à partir de la stratégie de communication, du choix des supports et des choix du client, les différents éléments de la campagne de communication.

Il/elle est le/la responsable visuel d'une campagne de communication et s'assure de sa cohérence avec l'identité visuelle de la marque.

Il/elle crée et met en scène le message et l'image que veut faire passer le client. Il/elle est le/la responsable de l'identité d'une marque sous tous ses aspects, il définit la charte graphique, son déploiement visuel et sa déclinaison sur plusieurs médias.

Ses principales fonctions indispensables à l'entreprise sont d'ordre stratégique, conceptuelle/créative et de supervision/validation de la réalisation.

Les activités visées par la certification sont les suivantes :

- Analyser la demande d'une entreprise pour élaborer un plan de communication adaptée ;
- Coordonner ou réaliser les créations graphiques en accord avec la stratégie de communication préalablement définie ;
- Manager des équipes internes et /ou externes ;
- Présenter sa campagne de communication.

La certifications atteste des compétences suivantes :

- Analyser la demande du client au moyen d'un entretien et de recherches afin d'identifier le contexte organisationnel et artistique dans lequel elle se situe.
- Réaliser une « copie stratégique » définissant de façon synthétique les données de l'annonceur afin de permettre aux créatifs de mieux appréhender les informations marketing.
- Elaborer le plan de communication définissant le nouveau positionnement du produit, la nouvelle la promesse, les moyens, le planning et les supports.
- Définir les différentes actions de création en fonction des cibles et du positionnement retenus : axes et thèmes des messages, visuels.
- Choisir parmi les différentes méthodologies de création celle qui répond le mieux au brief, du client, à la copie stratégique et au plan de communication pour réaliser une campagne à 360°.
- Attribuer une charte graphique et des codes de communication propres à la marque ou au client afin de le rendre facilement identifiable
- Transporter le consommateur dans l'univers de la marque ou du produit pour lui donner l'envie d'acheter ou de s'informer en faisant « parler l'image ».
- Utiliser les logiciels de PAO, web, 3D, vidéo pour réaliser des supports d'une qualité technique professionnelle.
- Mettre en place un système d'organisation motivant pour des équipes efficaces donc rentables.
- Faire évoluer les compétences des équipes internes par LA formation pour contribuer à la mise à jour des outils donc à l'évolution de l'agence pour recommander des nouveaux outils et techniques de communication aux futurs clients et être considéré comme une agence innovante.
- Travailler en équipes et savoir gérer ses prestataires extérieurs (imprimeurs, photographes...).
- Présenter sa campagne avec rigueur et force de conviction afin de susciter l'adhésion autour du projet créatif tout en sachant rebondir aux retours du client.
- Proposer « LE PLUS » au client : proposer d'autres supports de communication dans la campagne présentée afin de faire la différence entre les différentes agences.

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

Le poste de Directeur/trice artistique existe en agence et chez l'annonceur.

Les différents types d'employeurs d'un/e Directeur/trice artistique sont :

- les agences de communication et de publicité,
- les agences médias possédant un département communication,
- les entreprises investissant massivement dans les campagnes de communication ou produisant de nombreux catalogues (VPC, luxe, grande consommation...),
- les studios de création indépendants,
- les annonceurs (les marques).

Le métier est désigné sous les libellés suivants :

- Directeur/trice artistique,
- Directeur/trice artistique junior,

- Webdesigner,
- Graphiste créatif/ve,
- Graphiste.

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

E1103 : Communication

E1205 : Réalisation de contenus multimédias

E1104 : Conception de contenus multimédias

E1105 : Coordination d'édition

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composantes de la certification :**

Les composantes de la certification sont :

- des cas pratiques,
- des compétitions d'agences,
- la présentation orale d'une campagne de communication,
- la constitution et présentation d'un book,
- la réalisation des stages imposés dans une agence de communication ou de publicité, un studio de création ou chez un annonceur dans le service de création.

Chacun des blocs de compétences décrit ci-dessous peut-être acquis séparément et capitalisé. Pour autant la validation des 4 blocs n'octroie pas le titre à finalité professionnelle.

L'obtention du titre à finalité professionnelle de « directeur artistique en art graphique et multimédia » est subordonnée à la validation de chacun des blocs de compétences et à la réalisation d'un stage en entreprise et à une évaluation du maître de stage.

Dans le cadre de la validation des acquis de l'expérience chacun des blocs doit être validé. En cas de validation partielle les blocs validés le sont définitivement.

**Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 26207 - Analyser la demande d'une entreprise pour élaborer un plan de communication adapté à son besoin de développement, d'actualisation de campagne publicitaire, de lancement de produit.</p>	<p><b>Compétences professionnelles :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser la demande du client : lancement de produit, image de marque, changement de communication, réseaux sociaux ....</li> <li>- Réaliser un cahier des charges de la campagne publicitaire</li> <li>- Elaborer le plan de communication,</li> <li>- Définir les différentes actions de création.</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cas pratiques à partir d'une situation réelle. A partir d'un brief produire tout le travail de recherche et d'analyse nécessaire pour élaborer une stratégie de communication ou présenter une campagne créative.</li> <li>- Mise en situation professionnelle réelle : à partir d'une situation réelle rencontrée en agence de communication, les candidats travaillant en groupe, doivent réaliser un projet (écrit et présenté oralement) de campagne publicitaire. Cette production est réalisée en 6 heures./ jours pendant 2 jours.</li> </ul> <p>Ce bloc fait l'objet d'un <b>certificat</b> spécifique.</p>

INTITULÉ	DESSCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 26207 - Coordonner ou réaliser les créations graphiques en accord avec la stratégie de communication préalablement définie.</p>	<p><b>Compétences professionnelles :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Choisir une méthodologie de création pour répondre au brief,</li> <li>- Attribuer une charte graphique et des codes de communication,</li> <li>- Transporter le consommateur dans l'univers de la marque ou du produit,</li> <li>- Utiliser les logiciels de PAO, web, 3D, vidéo pour réaliser des supports de communication.</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cas pratiques à partir d'une situation réelle.</li> </ul> <p>A partir d'un cahier des charges réaliser les opérations techniques demandées à l'aide des logiciels spécifiques au métier PAO, web, 3D, vidéo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation professionnelle réelle : à partir d'un brief / cahier des charges d'une agence de communication les candidats, travaillant individuellement, doivent créer l'identité visuelle d'une marque et la décliner en campagne papier et digital. Cette production est réalisée en 6 heures./ jours pendant 6 jours.</li> </ul> <p>Ce bloc fait l'objet d'un <b>certificat</b> spécifique.</p>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 26207 - Manager des équipes internes et/ou externes de créatifs.</p>	<p><b>Compétences professionnelles :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en place un système d'organisation du travail favorisant la production des projets attendus (à valider)</li> <li>- Travailler en équipes et gérer ses prestataires extérieurs,</li> <li>- Faire évoluer les compétences des équipes internes</li> <li>- Utiliser les logiciels de PAO, web, 3D, vidéo pour réaliser des supports de communication.</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation professionnelle réelle : A partir d'un brief / cahier des charges d'une agence de communication définir, en équipe, en adoptant l'organisation de travail d'une micro agence, une campagne de lancement de produit. Chaque candidat prend à tour de rôle les fonctions de directeur artistique pour cette micro agence. Cette production est réalisée en 6 heures./ jours pendant 3 jours.</li> </ul> <p>Ce bloc fait l'objet d'un <b>certificat</b> spécifique.</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 26207 - Présenter et argumenter sa campagne de communication devant un commanditaire.</p>	<p><b>Compétences professionnelles :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter sa campagne de communication avec rigueur et force de conviction</li> <li>- Proposer une argumentation axée sur la créativité et l'innovation du projet.</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en situation professionnelle réelle : A partir d'un brief / cahier des charges d'une agence de communication présenter une campagne pour la réouverture d'un hôtel de luxe. Cette production est réalisée lors de la présentation devant le jury, soit 45 mn.</li> </ul> <p>Ce bloc fait l'objet d'un <b>certificat</b> spécifique.</p>

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	5 professionnels/les dont 4 extérieurs/es à l'organisme : <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 employeurs (1 femme et un homme),</li> <li>- 2 salariés (1 femme et un homme),</li> <li>- La directrice de l'établissement.</li> </ul>
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 2015	X		5 professionnels/les dont 4 extérieurs/es à l'organisme : - 2 employeurs (1 femme et un homme), - 2 salariés (1 femme et un homme), - La directrice de l'établissement.

	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 26 mai 2016 publié au Journal Officiel du 07 juin 2016 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau II, sous l'intitulé "Directeur(trice) artistique en art graphique et multimédia" avec effet au 05 septembre 2012, jusqu'au 07 juin 2021.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

- 98% de réussite à la certification de fin d'année.
- Plus de 80% des étudiants sont embauchés à la sortie de la formation.

##### Autres sources d'information :

[www.garti@ecolegarti.com](mailto:www.garti@ecolegarti.com)

##### Lieu(x) de certification :

Garti Le Plus : Île-de-France - Hauts-de-Seine ( 92) [Neuilly sur Seine]  
20 rue Madeleine Michelis 92 200 Neuilly-sur-Seine

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

20 rue Madeleine Michelis 92 200 Neuilly-sur-Seine

##### Historique de la certification :