

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

Candidat en situation de handicap :

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

Sur avis motivé du référent handicap le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation. :

- dans la mesure où cela ne remet pas en question la capacité professionnelle globale du candidat
 - si le critère au regard de la nature du handicap n'a pas vocation à s'appliquer dans la pratique professionnelle future du candidat
- Ces deux critères étant cumulatifs.

L'ingénieur de certification s'engage dans la mesure du possible à élaborer des modalités d'évaluation inclusives permettant une adaptation du format. Dans le cas d'une modalité spécifique à une situation de travail, il s'engage à préciser le cadre des aménagements possibles.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activité 1 : Définition d'un projet de création graphique	C1.1 Participer à l'analyse de la demande d'un commanditaire, en support au directeur artistique (et ou au client lui-même) en s'appuyant sur le brief / ou le cahier des charges,	Projet de création graphique Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser les	Le candidat identifie les objectifs, les cibles et les enjeux de la demande.

<p>A1.1 Contribution à l'élaboration d'une prestation de création graphique en soutien au directeur artistique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - en approfondissant la compréhension du besoin par le biais d'entretiens. - en étudiant l'identité et la culture de l'entreprise concernée, ses marchés, ses concurrents et ses enjeux, de manière à cerner la problématique et le périmètre du projet. 	<p>différentes étapes relatives à la définition d'un projet de création graphique : - étude de la demande</p>	<p>Démontre sa compréhension de l'identité, et de la culture de la structure, et/ou du commanditaire.</p> <p>Démontre la maîtrise des méthodologies d'enquêtes, de questionnements et de reformulation</p>
	<p>C1.2 Présenter une proposition de prestation détaillée et chiffrée pour un projet de création graphique</p> <ul style="list-style-type: none"> - en explicitant les partis pris créatifs au regard du brief/ ou du cahier des charges ainsi que des orientations de la direction artistique - en détaillant dans un devis, l'objet de la prestation, le coût, les modalités de réalisation, de livraison et de paiement <p>afin de contractualiser avec le client</p>	<p>Projet de création graphique</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser les différentes étapes relatives à la définition d'un projet de création graphique : - proposition de prestation</p>	<p>La présentation est convaincante (détaillée et chiffrée).</p> <p>Le candidat démontre sa maîtrise de la communication verbale (vocabulaire,</p> <p>Le candidat démontre l'intérêt du projet et son adéquation au brief client, à la problématique proposée et à la cible identifiée.</p> <p>Le devis respecte le formalisme attendu, il comprend les mentions obligatoires, les étapes de réalisation du projet, les délais, le chiffrage, les cessions de droit le cas échéant ainsi que les conditions de paiement.</p> <p>L'évaluation des coûts nécessaires au projet s'inscrit dans une réalité financière.</p>

	<p>C1.3 Réaliser une veille culturelle, artistique, technique, technologique, sociétale, sectorielle et concurrentielle en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - définissant les objectifs de veille, - mobilisant des méthodologies de recherche, - en formalisant les recherches sous forme de moodboard, planches de tendance, schéma heuristique, nuage de mots clés... <p>afin de soutenir le travail exploratoire nécessaire à l'élaboration d'une proposition de prestation répondant à la demande du commanditaire.</p>	<p>Projet de création graphique</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser les différentes étapes relatives à la définition d'un projet de création graphique : carnet de recherche et supports</p>	<p>Les objectifs présentés sont précis, ils permettent de délimiter le champ de recherche.</p> <p>Le candidat démontre l'intérêt des outils de veille utilisés au regard des objectifs recherchés sur différents champs de l'environnement de l'entreprise et du marché ainsi que la fiabilité des sources utilisées</p> <p>Il synthétise l'information et démontre sa capacité à la restituer notamment de sous forme de moodboard, planches de tendance, schéma heuristique, nuage de mots clés</p> <p>Il démontre l'intérêt des informations collectées au regard de la problématique exposée dans le cahier des charges/ ou brief client.</p>
	<p>C1.4 Proposer et argumenter différentes pistes créatives découlant de l'analyse de la demande, des orientations de la direction artistique, ainsi que de la veille réalisée en formalisant un document de synthèse et/ou des pré-projets visuels afin de déterminer en accord avec le client, les orientations créatives du projet.</p>	<p>Projet de création graphique</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser les différentes étapes relatives à la définition d'un projet de création graphique : document de synthèse</p>	<p>Les différentes pistes graphiques sont argumentées.</p> <p>Les pistes créatives proposées sont innovantes et le candidat démontre son apport en terme de créativité (argumentation des différentes pistes créatives).</p>

		des propositions ou de pré-projets visuels	<p>Les solutions proposées au regard du brief et de la démarche mise en œuvre sont adéquates.</p> <p>Le candidat fait preuve d'assertivité et de prise de hauteur de par l'expression des idées proposées, la manière dont elles sont présentées et les arguments utilisés pour convaincre au regard du projet</p>
A1.2 Participation à la planification des étapes de production du projet de création graphique.	C1.5 Contribuer à la planification du projet en lien avec le directeur artistique, ou le client, et les membres de l'équipe projet, en identifiant les livrables (intermédiaires et finaux) dans le respect de la méthodologie de projet préalablement établie et du budget alloué, afin d'assurer la réussite du projet dans le respect des délais impartis.	<p>Projet de création graphique</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser les différentes étapes relatives à la définition d'un projet de création graphique : retroplanning du projet</p>	<p>Le rétroplanning proposé est cohérent par rapport aux ressources disponibles, aux attendus du commanditaire et tient compte des délais à respecter.</p> <p>Le rétroplanning intègre les contraintes liées à la méthodologie de projet établie.</p> <p>Le candidat inclut clairement et distinctement les livrables intermédiaires et finaux.</p>
<p>Activité 2 : Conception et réalisation d'un projet de création graphique imprimé ou numérique</p> <p>A2.1 Conception et réalisation d'un projet de création graphique</p>	C2.1 Réaliser des esquisses, des maquettes, en utilisant les outils et techniques appropriées et en adoptant une démarche inclusive afin de concrétiser les premières propositions conceptuelles de communication visuelle et leur déclinaison sur différents médias.	<p>Projet de création graphique</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser un projet de création graphique :</p>	<p>Les modes de représentation : dimension technique, qualités plastiques (forme, couleur, matière, composition) sont maîtrisés.</p> <p>La qualité graphique est présente et accessible à tous les types de publics:</p>

		différentes versions de propositions conceptuelles	<p>mise en page structurée, choix des typographies et des signes... Les démarches exploratoires et les ouvertures des champs d'hypothèses sont clairement exprimées (clarté et lisibilité des documents).</p> <p>La forme graphique choisie est cohérente par rapport aux médias envisagés.</p>
	<p>C2.2 Produire la création graphique finale conformément à la direction artistique et au cahier des charges en créant les contenus graphiques, illustratifs, et typographiques, en réalisant la mise en page, en utilisant des logiciels dédiés et en s'assurant du respect des contraintes techniques et de gestion (délais/ coûts) afin d'obtenir la validation du commanditaire.</p>	<p>Projet de création graphique</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit réaliser un projet de création graphique.</p>	<p>Respect des règles de mise en page (équilibre, symétrie et asymétrie, masses, marges, blancs tournants et formats, etc...).</p> <p>Organisation rationnelle du texte et de l'image avec la présence de grille typographique et polices de caractères, structuration du contenu.</p> <p>Respect des principes de hiérarchie de l'information.</p> <p>Les documents finalisés sont en conformité avec les normes du digital et/ou du print (format informatique des fichiers, mode couleur, gestion de fichiers).</p>

<p>A2.2 Conception de l'identité visuelle d'un projet.</p>	<p>C2.3 Concevoir l'identité visuelle d'un projet conformément au cahier des charges et aux orientations du directeur artistique en créant une charte graphique, afin de permettre une déclinaison homogène et cohérente sur l'ensemble des supports de communication.</p>	<p>Projet d'identité visuelle</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit concevoir une identité visuelle.</p> <p>Il sera évalué sur la base des livrables suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'un logotype - Réalisation d'une charte graphique. 	<p>L'identité visuelle est conforme aux orientations créatives de la direction artistique.</p> <p>Le design graphique et typographique et l'esthétique sont en adéquation avec les intentions / les messages à communiquer.</p> <p>La charte graphique établit avec clarté les règles d'usage des différents éléments constituant l'identité visuelle du projet (couleurs, logo, typographie, icônes...).</p> <p>La charte graphique contient les règles d'adaptation et de déclinaison pour différents supports.</p>
<p>Activité 3 : Conception et réalisation d'un motion design</p> <p>A3.1 Réalisation du storyboard d'un projet de motion design.</p>	<p>C3.1 Scénariser le projet de motion design, conformément au cahier des charges et aux orientations de la direction artistique, en réalisant un storyboard, en vue d'obtenir la validation définitive du contenu, des plans, des messages et des animations.</p>	<p>Projet de motion design</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif de création d'un motion design le candidat doit réaliser un storyboard.</p>	<p>Les panneaux sont numérotés et ordonnés.</p> <p>Le candidat indique avec exactitude le temps consacré à chaque partie ou à chaque action.</p> <p>Le storyboard informe sur les caractéristiques des plans souhaités, sur leur composition, le découpage des mouvements des personnages, les transitions.</p>

A3.2 Conception de l'univers graphique du projet de motion design.	C3.2 Créer les éléments visuels du projet de motion design (réalisation du maquettage), en utilisant des logiciels dédiés, afin de composer l'univers graphique du motion design.	<p>Projet de motion design</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif de création d'un motion design le candidat doit réaliser le maquettage et des éléments graphiques.</p>	<p>Les éléments graphiques produits sont en cohérence avec les orientations de la direction artistique.</p> <p>Le rendu du candidat est de qualité et permet son exploitation dans un contexte professionnel (qualité des formes, proportions, traits...).</p>
A3.3 Production d'un motion design en réalisant l'assemblage et l'animation de l'ensemble des éléments du projet.	C3.3 Réaliser l'assemblage et l'animation des éléments préalablement créés et sélectionnés (image/son/texte/sous-titres) en utilisant les logiciels dédiés afin de créer le motion design finalisé.	<p>Projet de motion design</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif le candidat doit produire le motion design finalisé en réalisant l'assemblage et l'animation des éléments préalablement créés et sélectionnés</p>	<p>L'enchaînement des différentes séquences est fluide</p> <p>Les animations sont adéquates en terme de qualité d'image, synchronisation des sons avec les actions, et sont au service du message.</p> <p>Les formats, la taille et la définition des fichiers sont adaptés au regard des canaux de diffusion choisis.</p>
<p>Activité 4 : Conception d'un design d'interface</p> <p>A4.1 Contribution à la définition du fonctionnement et à la</p>	C4.1 Participer à la définition du fonctionnement de l'interface utilisateur en soutien au chef de projet/ au directeur artistique (ou en lien direct avec le client)	<p>Projet de design d'interface</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif de création d'un design d'interface le candidat doit réaliser</p>	<p>La priorisation de l'information s'appuie sur la définition des besoins et des exigences (techniques, ergonomiques, graphiques) découlant du cahier des charges.</p>

<p>structuration d'une interface utilisateur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - en s'appuyant sur le cahier des charges - en hiérarchisant les éléments à l'écran - en s'assurant du confort de navigation et de l'accessibilité pour une diversité d'utilisateurs - en réalisant une arborescence afin de cadrer la conception de l'interface 	<p>une arborescence structurant l'architecture de l'information.</p>	<p>Les objectifs de chaque écran sont clarifiés : parcours d'utilisation prioritaires, messages principaux à prioriser, actions, contenus, fonctions, accessibilité, sections et rebond à pousser.</p>
<p>A4.2 Conception du design graphique d'une interface.</p>	<p>C4.2 Conceptualiser l'interface utilisateur en réalisant un travail de zoning et de wireframing (pré-maquettes) à l'aide de logiciel de conception de manière identifier et visualiser l'affectation précise des contenus et fonctionnalités à l'écran</p>	<p>Projet de design d'interface</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif de création d'un design d'interface le candidat doit réaliser les pré-maquettes.</p>	<p>Zoning et wireframing :</p> <p>La maquette représente la future interface à l'échelle réelle</p> <p>Les grandes zones de contenus et autres éléments (interface et contenus) sont cohérents sur la page.</p> <p>L'organisation des éléments et le système de navigation imaginés respectent, les fonctionnalités souhaitées et validées par le client, et les bonnes pratiques en matière de design inclusif.</p>
<p>A4.3 Optimisation d'un design d'interface.</p>	<p>C4.3 Concevoir l'environnement graphique de l'interface en adéquation avec l'identité visuelle du projet, en intégrant les bonnes pratiques en matière de design inclusif, et en créant une maquette au moyen de logiciels dédiés afin de valider avec le</p>	<p>Projet de design d'interface</p> <p>Dans le cadre d'un projet réel ou fictif de création d'un design d'interface le candidat doit concevoir l'environnement graphique en réalisant une maquette.</p>	<p>Les contrastes couleurs textes/ fonds sont suffisants.</p> <p>Les typographies sont lisibles (choix de de polices de caractère accessibles), et les couleurs choisies sont adaptées à la demande du commanditaire.</p>

	commanditaire l'aspect visuel de l'interface.		<p>Les éléments de guidage et d'interaction sont reconnaissables, et mis en évidence (prise en compte de la diversité du public d'utilisateurs).</p> <p>Les éléments visuels sont homogènes et cohérents sur tous les écrans.</p> <p>Les anomalies détectées lors des tests de navigabilité sont corrigés.</p>
<p>Activité 5 : Développement de son activité de concepteur designer graphique</p> <p>A5.1 Définition sa marque personnelle</p>	<p>C5.1 Construire sa marque personnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - en se positionnant dans l'écosystème du graphisme - en définissant sa proposition de valeur - en créant son identité visuelle - en élaborant sa stratégie de présence sur les médias sociaux afin de développer sa visibilité et sa notoriété 	<p>Dossier de présentation du projet professionnel</p> <p>Le candidat rédige un dossier dans lequel il présente ses projections professionnelles au travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - De son positionnement dans l'écosystème du graphisme - De sa proposition de valeur - De son identité visuelle - De sa stratégie de présence sur les médias sociaux 	<p>La proposition de valeur permet de cerner précisément les éléments de différenciation / une valeur ajoutée par rapport à la concurrence.</p> <p>La formalisation de la proposition de valeur est concise, dynamique et impactante.</p> <p>L'identité visuelle est cohérente avec la proposition de valeur.</p> <p>Le parcours créatif, académique et professionnel est mis en valeur.</p> <p>Les médias sociaux choisis sont pertinents au regard du métier et du secteur d'activité.</p>

A5.2 Valorisation et promotion de son offre de service.	C5.2 Valoriser les projets réalisés au travers de la création d'un portfolio afin de promouvoir son expertise et sa marque personnelle.	Création d'un portfolio / Le candidat met en valeur ses réalisations en créant un portfolio.	<p>Le portfolio est sélectif et structuré.</p> <p>Il reflète une identité visuelle personnelle.</p> <p>Le candidat met en valeur ses points forts ainsi que les spécificités constituant sa marque personnelle.</p>
	C5.3 Mettre en œuvre une démarche de prospection commerciale en créant une base de contacts pour identifier les cibles, en identifiant les moyens adéquats pour toucher les cibles et en travaillant un argumentaire de vente afin de décrocher des nouveaux contrats.	<p>Analyse réflexive sur la pratique professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une activité professionnelle (stage d'une durée minimale de 5 semaines, alternance, activité indépendante...) le candidat devra rédiger un rapport d'activité professionnelle dans lequel il présentera :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la stratégie commerciale et les perspectives de développement - la démarche de prospection commerciale qui en découle en précisant les cibles, les modalités d'identification des prospects, l'argumentaire de vente. 	<p>Le candidat présente de façon précise la cible et la typologie de clientèle (B to B/ B to C), les caractéristiques des structures, le panier de consommation moyen.</p> <p>Il formalise un argumentaire de vente structuré et concis.</p> <p>Il propose des messages personnalisés en fonction de la cible : des leviers de persuasion spécifiques sont identifiés et mobilisés.</p> <p>Le candidat fait preuve de hauteur de vue, en menant une analyse réflexive sur sa démarche et en dressant un bilan critique de son expérience.</p>