

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 5582**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

directeur artistique

Nouvel intitulé : directeur artistique

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Association Forcom Sup de Creation - Ecole Supérieure de Créatifs en Communication	Directeur Sup de Création

Cette certification fait l'objet d'une co-délivrance : tous les certificateurs doivent être signataires

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

322n Techniques de l'imprimerie et de l'édition : conception

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

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.

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.

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

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)

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.

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1205 : Réalisation de contenus multimédias

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification comporte 4 modules de compétences :

Module 1 : Analyser la demande du commercial.

Module 2 : Répondre à cette demande en concevant une opération pertinente et originale.

Module 3 : Réaliser les projets de cette opération.

Module 4 : Participer à la réalisation finale des projets.

Le mode d'évaluation de la certification est identique au mode de recrutement d'un Directeur Artistique en Agence Conseil en Communication Publicitaire (le milieu professionnel de référence).

La présentation d'un dossier Créatif (Book) et les réponses aux questions posées par les interlocuteurs agence (ainsi que l'expérience acquise, pour un candidat expérimenté), permettent d'évaluer le candidat à l'embauche.

Le principe pour la certification :

Présentation, par le candidat, d'un Dossier Créatif (Book) comprenant un ensemble de projets de communication, conçus sur site école et/ou sur sites agences (stages en formation initiale et emplois en VAE), réalisés ou non (projet d'annonce presse ou annonce presse imprimée dans un magazine par exemple), destinés à faire une démonstration de maîtrise des compétences attendues et décrites dans les 4 modules de certification.

Le dossier présenté a un contenu obligatoire.

Le nombre de projets contenus dans un dossier créatif (Book) est laissé à l'appréciation du candidat (8 projets différents est le minimum accepté).

Le candidat doit faire preuve de pertinence et de créativité dans l'ensemble de ses projets, ainsi que de maîtrise des contraintes des différents supports et/ou moyens de communication utilisés (affichage, presse, film, document postal, brochure, site internet, SMS, etc...) et des logiciels de PAO pour les candidats en Direction Artistique.

Il doit convaincre les professionnels, membres du jury, de l'aptitude à exercer le métier de Directeur Artistique en Agence Conseil en Communication (Publicité et Marketing Services majoritairement).

A l'issue de la présentation, le jury valide tout ou partie des compétences du candidat, en fonction des 4 modules déterminés par la formation.

Les témoignages des tuteurs de stages, en formation initiale, de supérieurs hiérarchiques ou de clients pour les candidats VAE, peuvent être communiqués aux membres du jury comme compléments d'information pour la validation de compétences.

Dans le cas d'une validation totale des 4 modules, le Titre de Directeur Artistique / Directrice Artistique est acquis.

Dans le cas d'une validation partielle (un, deux ou trois modules acquis), le Titre n'est pas acquis et le candidat a la possibilité de se représenter devant le jury dans un délai de 5 ans maximum (durée de validité des modules acquis).

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION OUINON

COMPOSITION DES JURYS

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	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.
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	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.

	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 :

Pour plus d'informations

Statistiques :

10 titulaires de la certification par an en moyenne.

Autres sources d'information :

<http://www.supdecreation.org>

Lieu(x) de certification :

68 rue de Lille 59100 ROUBAIX

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

Lieux des stages en agences en France ou à l'étranger.

Historique de la certification :

Certification suivante : [directeur artistique](#)