

REFERENTIEL

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. »

1. Elaborer un projet multimédia en réponse à une demande client

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A.1.1 Réalisation d'une veille technologique et réglementaire à l'échelle internationale (logiciels métiers, effets spéciaux, ...) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Création d'un processus de veille (participation à des salons, alertes via des sites spécialisés, ...) ▪ Identification des nouvelles techniques, technologies et de l'évolution réglementaire 	C.1.1 Mener une veille technologique et réglementaire à l'échelle internationale en créant un processus de veille et en identifiant les nouvelles techniques, technologies et les évolutions réglementaires afin de réaliser des choix techniques innovants.	Etude de cas : Le candidat fait un état de l'art des évolutions technologiques et réglementaires du métier et réalise par écrit (épreuve individuelle) : <ul style="list-style-type: none"> - un benchmark à l'échelle internationale. 	<ul style="list-style-type: none"> • La veille prend en compte divers moyens de recherche (salons professionnels, sites spécialisés). • La veille est illustrée de visuels référencés. • Le candidat utilise des sources fiables. • Les nouvelles techniques, technologies et l'évolution réglementaire sont identifiées à l'échelle internationale.
A.1.2 Réalisation d'une veille concurrentielle	C.1.2 Mener une veille concurrentielle en réalisant une analyse des pratiques de la concurrence selon une liste de	Etude de cas :	<ul style="list-style-type: none"> • L'analyse des structures concurrentes permet de

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification des structures concurrentes, des nouveaux projets et des nouvelles pratiques ▪ Détermination d'une liste de caractéristiques sur lesquelles baser l'état de l'art ▪ Analyse de la concurrence 	<p>caractéristiques précises afin de déterminer le positionnement concurrentiel du projet.</p>	<p>Le candidat doit analyser l'environnement concurrentiel d'une entreprise ayant un projet de lancement d'un produit multimédia et réaliser par écrit (épreuve individuelle) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un benchmark portant sur les structures concurrentes et les nouvelles pratiques. 	<p>déterminer le positionnement du projet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les nouvelles pratiques mises en œuvre par les structures concurrentes sont identifiées. • L'analyse de la concurrence reprend les caractéristiques établies (types de données : ergonomie, charte éditoriale, charte graphique, fonctionnalités, technologies utilisées, cibles, pratiques marketing) • Le benchmark fait apparaître les points forts et les points faibles des concurrents.
<p>A.1.3 Identification du besoin client</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation d'entretien(s) avec le client ▪ Identification, du contexte, des enjeux, des contraintes et besoins du projet ▪ Analyse des besoins et attentes du client 	<p>C.1.3 Recueillir les besoins de son client en les identifiant au cours d'entretiens et en le questionnant sur ses attentes ou contraintes afin de formaliser une proposition en adéquation avec le projet.</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée :</p> <p>A partir du projet de lancement d'un produit multimédia, le candidat s'entretient avec un commanditaire (réel ou fictif) afin de comprendre sa demande, le contexte et les contraintes associées (épreuve individuelle).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une attitude professionnelle avec le client est adoptée (gestes, posture, tenue vestimentaire, vocabulaire). • Une écoute active est adoptée (relances, questions, reformulation). • Le besoin et les attentes du client sont clairement identifiés à l'issue de l'échange.

<p>A.1.4 Evaluation de la faisabilité du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse des contraintes liées au projet ▪ Réalisation d'une étude de faisabilité (technologies, qualité, coûts et délais) ▪ Et/ou analyse du cahier des charges de son commanditaire ▪ Application des principes d'éco-production 	<p>C.1.4 Evaluer la faisabilité du projet multimédia en analysant le cahier des charges de son commanditaire notamment les contraintes et les objectifs liés au projet afin de passer à la phase de conception et de planification de celui-ci.</p> <p>C.1.5 Intégrer les nouvelles contraintes d'éco-production dans le projet (choix du matériel, choix des technologies...) en diminuant les impacts environnementaux afin d'optimiser les techniques de production.</p>	<p>Etude de cas :</p> <p>Le candidat doit évaluer la faisabilité du projet de lancement d'un produit multimédia précité, en procédant à l'analyse du cahier des charges fourni par son commanditaire et réaliser par écrit (épreuve individuelle) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une étude de faisabilité incluant des contraintes de l'éco production 	<ul style="list-style-type: none"> • Une analyse des contraintes liées au projet est réalisée (délais, coûts, technologies ...). • Une étude de faisabilité du projet est mise en œuvre comprenant : <ul style="list-style-type: none"> ○ une caractérisation du projet ; ○ les normes « Qualité » à appliquer ; ○ les technologies à utiliser ; ○ une planification des objectifs à atteindre. • Les éléments du cahier des charges du client sont pris en compte. • Les délais de livraison sont pris en compte. • Des propositions de solutions d'éco-production sont présentes dans l'étude de faisabilité.
<p>A.1.5 Rédaction et présentation d'un devis pour le projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse chiffrée du projet (calcul du temps imparti, coût du matériel, logiciels, des prestations ...) ▪ Rédaction d'un devis 	<p>C.1.6 Présenter à son commanditaire un devis élaboré en tenant compte du besoin du client et des caractéristiques du projet en le lui expliquant, en le défendant et en le réadaptant si nécessaire afin d'avoir sa validation pour lancer le projet multimédia.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat élabore un devis à partir d'un cas client fourni (épreuve individuelle).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il présente son devis oralement devant un jury de professionnel et justifie son analyse chiffrée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un devis est réalisé et comprend : <ul style="list-style-type: none"> ○ le décompte et la prestation de chaque prestation ; ○ le chiffrage ; ○ les conditions de paiement ; ○ la somme (hors taxe et TTC) ; ○ les mentions obligatoires.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Présentation du devis avec le commanditaire en parcourant le chiffrage 			<ul style="list-style-type: none"> • Le devis est présenté devant le jury en justifiant de l'analyse chiffrée réalisée.
<p>A.1.6 Présentation d'un planning de production en anglais et/ ou en français</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définition d'une planification prévisionnelle du projet ▪ Valorisation de la présentation via des outils de communication 	<p>C.1.7 Présenter un planning de production du projet au client en utilisant l'anglais si nécessaire, en valorisant les choix pris et en s'appuyant sur des outils de communication afin de convaincre son interlocuteur.</p>	<p>Etude de cas :</p> <p>Le candidat présente un planning de production en anglais ou en français devant un jury fictif (clients et décisionnaires) à partir du projet de lancement d'un produit multimédia (épreuve individuelle).</p> <p>La présentation dure entre 20-30 minutes et est suivie d'une session de questions-réponses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le planning prévisionnel de production comprend l'ensemble des étapes de production. • La planification du projet définit un découpage en phases chronologiques. • Le planning prévisionnel définit le processus de validation employé pour chaque étape. • La présentation réalisée par le candidat est convaincante et argumentée. • Le vocabulaire technique est utilisé. • Le vocabulaire mobilisé en anglais est professionnel. • Les outils de communication (suite Office & suite Adobe) choisis valorisent le support de présentation qui doit être clair, lisible et adapté au projet.

2. Définir un projet multimédia avec les équipes techniques et artistiques

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A.2.1 Cadrage du projet : son genre, sa direction artistique</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification du genre (exemples : First Player Shooter, Real Time Strategy, MarketPlace, sites communautaires, etc.) ▪ Identification de la direction artistique ▪ Cadrage de la cible ▪ Définition ou formalisation de l'arborescence, interface, expérience ▪ Prise en compte de l'accessibilité et des problématiques des personnes en situation de handicap ▪ Ecriture d'un scénario d'utilisation (UX) 	<p>C.2.1 Définir le genre et la direction artistique du projet en prenant en compte les contraintes du cahier des charges, notamment l'accessibilité afin de réaliser une interface et un scénario d'utilisation qui s'adresse à la cible visée.</p>	<p>Projet professionnel :</p> <p>Le candidat conçoit sa vision du projet et en définit la nature (épreuve individuelle). Il réalise un document écrit rassemblant tous les éléments de cadrage.</p> <p>Ces éléments sont présentés à l'oral devant un jury professionnel (épreuve individuelle).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La description du projet est exhaustive, elle comprend tous les éléments nécessaires à une communication complète sur le projet • L'arborescence propose des parcours d'expérience innovants, immersifs et créatifs. • L'arborescence prend en compte les éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> ○ les objets d'entrée-sortie ○ le pilotage de l'utilisateur dans l'interface ○ l'enchaînement des opérations ○ les types d'interactions • Le scénario utilisateur intègre les 3 composantes clés : l'utilisateur, le contexte et le produit. • La réglementation inhérente aux personnes handicapées est prise en compte lors du cadrage du projet.

<p>A.2.2 Réalisation d'un document comprenant tous les éléments de référence en 2D ou en 3D (charte ou bible graphique)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définition de l'identité visuelle du projet de création digitale ▪ Choix des textures, des couleurs et de la lumière ▪ Tri, organisation et sélection des propositions techniques et artistiques ▪ Création d'une bible graphique comprenant tous les éléments de référence en 2D et/ou 3D : réalisation des personnages, de l'environnement, des assets, de la typographie ▪ Choix et justification d'une technologie de rendu d'images répondant aux demandes de l'utilisateur 	<p>C.2.2 Réaliser un document reprenant les éléments essentiels de la direction artistique en sélectionnant les propositions techniques et artistiques afin de définir l'identité visuelle du projet de création digitale.</p>	<p>Projet professionnel :</p> <p>Dans le cadre du projet professionnel, le candidat choisit les propositions artistiques de son équipe les plus adaptées (épreuve individuelle).</p> <p>Il réalise une bible graphique (support écrit) présentant la direction artistique et ses choix techniques et la présente à l'oral.</p> <p>Cette présentation dure entre 20-30 minutes et est suivie d'une session de questions-réponses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les propositions retenues sont les plus adaptées au projet en termes de temps et de faisabilité (coût/délais, ...). • Une charte graphique est exhaustive, elle comprend : <ul style="list-style-type: none"> ○ logo, typographie, éléments graphiques, ○ personnages, couleurs, environnement ○ atmosphère, ○ moodboard, ○ concept art. • La direction artistique identifie le style (flat design, épuré, cartoon, réaliste) et la qualité de rendu. • Les choix techniques et artistiques correspondent au cahier des charges initial.
<p>A.2.3 Direction des équipes techniques et créatives</p>	<p>C.2.3 Diriger des équipes techniques et créatives en communiquant auprès des deux cibles sur ses choix artistiques et techniques</p>	<p>Projet professionnel :</p> <p>Dans le cadre d'un projet professionnel, le candidat partage sa vision du projet avec tous les membres</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un ordre du jour est préparé en amont de chaque réunion d'équipe. • Le compte-rendu permet de consulter l'évolution du projet.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Communication sur ses choix artistiques, techniques et sur les contraintes du projet à respecter ▪ Définition des règles de travail et du positionnement des acteurs clés (rôle, responsabilité, pouvoir de décision, autonomie) ▪ Résolution des conflits 	<p>ainsi que sur les contraintes du projet afin d'assurer son bon déroulement.</p>	<p>internes et externes de l'équipe qu'il a constitué (épreuve individuelle).</p> <p>Il adapte sa vision en fonction des contraintes rencontrées.</p> <p>Il rédige un compte-rendu des réunions qu'il tient à cet effet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une communication sur les choix et les adaptations artistiques, techniques et sur les contraintes du projet est réalisée lors des réunions • Les informations sont apportées régulièrement et sont adaptées au besoin de chaque membre. • Le compte-rendu réalisé prend en compte : <ul style="list-style-type: none"> ○ les thèmes abordés ; ○ les modalités d'organisation ; ○ Les difficultés rencontrées et solutions apportées ; ○ les partenaires éventuels au projet, ; ○ le déroulement du projet ; ○ les sujets actés lors de la réunion ; ○ les actions à entreprendre (par qui et quand) ; ○ les dates et lieux des prochaines réunions. • Un suivi de l'avancée du travail et des actions à mener est réalisé après les réunions et est ajouté au compte-rendu.
--	--	--	---

<p>A.2.4 Réalisation d'un prototype</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation d'un prototype pour tester le fonctionnement des interactions et l'ergonomie du projet ▪ Réalisation des étapes de progression dans la solution ▪ Utilisation des outils dédiés (exemples : Maya, Unity, 3DSMax, Wordpress, langages de développement web) 	<p>C.2.4 Réaliser un prototype en utilisant un langage de programmation, en testant le fonctionnement des interactions et l'ergonomie du projet afin de valider le parcours de l'expérience utilisateur.</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un projet professionnel, le candidat supervise ou réalise l'expérience de l'utilisateur à l'aide du scénario et du <i>walkthrough</i> d'usage (cheminement de l'utilisateur) qui permettent de valider l'expérience proposée (épreuve collective).</p> <p>Il réalise un document présentant des arborescences du parcours utilisateur.</p> <p>Il réalise ou supervise également le prototype du projet avec un <i>vertical slice</i> (prototype abouti mais court).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat réalise un prototype permettant l'immersion (types de données : absence de bugs techniques, fluidité des interactions). • La technologie choisie répond aux besoins du projet. • Le candidat intègre tous les éléments graphiques à son prototype. • Le candidat réalise le calibrage des étapes de progression pour permettre un apprentissage graduel de l'utilisateur.
---	--	---	--

3. Piloter un projet multimédia

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A.3.1 Recrutement des équipes techniques et artistiques <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification des compétences à mobiliser pour le projet ▪ Recrutement ou mobilisation des profils les plus adaptés au projet (graphiste, développeur, motion designer, game designer, animateur 3D, fournisseurs, ...) 	C.3.1 Recruter des équipes techniques et artistiques en identifiant les compétences à mobiliser en lien avec les spécificités du projet afin de pouvoir assurer la réalisation de celui-ci.	Projet professionnel : Dans le cadre d'un projet professionnel, le candidat détermine les compétences nécessaires à la réalisation du projet (épreuve individuelle). Il sélectionne les candidats parmi ses pairs en fonction des compétences de chacun. En fonction du projet et de son ampleur, un budget peut être assigné au candidat pour qu'il réalise un recrutement externe.	<ul style="list-style-type: none"> • Les compétences métiers listées comme nécessaires à la réalisation du projet sont exactes au niveau de la composition de l'équipe tant interne qu'externe. • Les profils choisis tiennent compte des compétences métiers requises pour la réalisation du projet (graphiste, développeur, motion designer, fournisseurs, ...).
A.3.2 Planification de la production du projet avec les outils dédiés (Scrum, méthode Agile, ...) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définition de la chaîne de production et de ses étapes clés 	C.3.2 Planifier la production en utilisant les outils dédiés, en établissant les étapes clés et le temps imparti pour chaque activité afin de respecter le planning de production.	Cas pratique : Le candidat doit sélectionner et mettre en place les outils permettant de suivre un projet multimédia (épreuve individuelle).	<ul style="list-style-type: none"> • Un outil de planification de production est sélectionné par le candidat (Scrum, méthode Agile, ...). • Une chaîne de production est déterminée avec des jalons.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définition du temps imparti pour chaque activité et des tâches de chaque acteur du projet 		<p>Il définit en ce sens, la chaîne de production, ses étapes clés ainsi qu'un temps imparti pour chaque activité selon la nature des tâches à réaliser.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les tâches sont hiérarchisées selon un ordre de priorité. • Les tâches sont hiérarchisées en différentes unités de travail uniques assignées aux différents membres de l'équipe selon leurs compétences. • Un temps de réalisation est défini pour chaque activité en lien avec la nature des tâches à réaliser.
<p>A.3.3 Suivi de la production du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Suivi des délais impartis à chaque activité avec les outils dédiés ▪ Gestion des aléas de la production (délais fournisseurs, ...) 	<p>C.3.3 Suivre la production du projet en respectant le délai de production de chaque activité avec les outils dédiés pour gérer les aléas pouvant retarder la production.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat assure le suivi de production du projet avec les outils de planification définis (épreuve individuelle).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un suivi des délais est établi avec les outils définis. • La production est réalisée en respectant les délais prévus malgré les aléas rencontrés (délais fournisseurs, ...).
<p>A.3.4 Piloter le travail des équipes techniques et artistiques (acteurs internes et/ ou externes)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définition d'une méthode de travail optimisée 	<p>C.3.4 Piloter le travail des équipes en définissant une méthode de travail optimisée, en coordonnant les acteurs et en créant des tableaux de bord afin de gérer les plannings des équipes.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat pilote le travail des équipes techniques et artistiques grâce à une méthode de travail optimisée visant à la coordination des membres de l'équipe (épreuve individuelle).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une méthode de travail optimisée est définie pour assurer le pilotage des équipes techniques et artistiques. • Une communication régulière est assurée et permet la coordination des acteurs du projet. • Des tableaux de bords sont créés avec des indicateurs clés (Scrum).

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordination des acteurs internes et/ou externes via une communication régulière ▪ Création de tableaux de bord ▪ Mise en place d'un comité de pilotage 		<p>Il crée des tableaux de bord et met en place un comité de pilotage.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un comité de pilotage est mis en place pour le projet
<p>A.3.5 Supervision de la qualité de la production en lien avec les normes en vigueur</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prise en compte du green IT dans la production ▪ Respect des normes imposées par les différents constructeurs (exemple : Technical Requirement Control des constructeurs de consoles) et celles du web (W3C). 	<p>C.3.5 Mettre en place des choix technologiques en respectant l'optimisation de leurs utilisations en vue d'une économie d'énergie.</p> <p>C.3.6 Réaliser des projets en respectant les contraintes normatives imposées par les constructeurs ou le web pour s'assurer de leur diffusion commerciale.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat définit une liste de points à vérifier lors de tests de la solution en termes de qualité (épreuve individuelle).</p> <p>Il s'assure que les normes sont respectées dans le projet réalisé (y compris celles en matière d'éco-responsabilité).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le respect environnemental est supervisé dans le cadre de la production (optimisation des temps de calculs). • La liste de points à vérifier tient compte des normes en vigueur pour le développement et la sécurité pour le web et le multimédia.

4. Produire un projet digital (Web/ 2D/ 3D)

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A.4.1 Production d'un projet digital avec une équipe pluridisciplinaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervision ou réalisation des éléments graphiques (Charte, objets, personnages, environnement en aplat, en 2D ou en 3D) ▪ Programmation des interactions du projet ▪ Supervision ou réalisation des effets spéciaux (explosion, feu, destruction) ▪ Supervision ou réalisation de l'intégration des éléments graphiques dans le moteur dédié 	<p>C.4.1 Diriger la production du projet digital auprès d'une équipe pluridisciplinaire en supervisant la réalisation des éléments graphiques, la programmation des interactions, la réalisation des effets spéciaux et l'intégration des éléments graphiques dans le code ou moteur dédié afin de produire le projet et le faire valider le projet par le client.</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée :</p> <p>Le candidat supervise l'équipe et/ou produit certains éléments d'un projet digital : soit les éléments graphiques, la programmation des interactions, la réalisation d'effets spéciaux et l'intégration des éléments graphiques (épreuve collective).</p> <p>Il réalise une démonstration du projet fini.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le projet est conforme au cahier des charges au niveau artistique et technique. • La gestion de l'équipe pluridisciplinaire permet la conclusion du projet dans le délai donné. • Les éléments graphiques se distinguent par leur originalité. • La programmation des interactions est fluide. • La programmation des interactions ne présente pas de bugs ou dysfonctionnements. • L'ergonomie proposée présente une utilisabilité d'accès et de navigation (type de données : accessibilité, navigabilité, lisibilité des textes, accessibilité des menus, rapidité d'affichage). • Les effets spéciaux sont crédibles et accentuent l'immersion. • L'intégration des éléments rend compte d'un rendu de qualité

			permettant l'adhésion, voire l'immersion de l'utilisateur.
A.4.2 Supervision d'une équipe de tests <ul style="list-style-type: none"> ▪ Validation d'une liste de tests à mener ▪ Mise en place d'un protocole de test sur un échantillonnage sur le projet multimédia (ergonomie, ...) 	C.4.2 Superviser une équipe de tests en mettant en place un protocole de tests sur le projet multimédia afin de résoudre les problèmes et dysfonctionnements.	Mise en situation professionnelle reconstituée : Le candidat assure la supervision d'une équipe de tests avec des pairs d'une autre équipe (épreuve en binôme). Il met en place un place un protocole de test qu'il décrit.	<ul style="list-style-type: none"> • Une liste de tests a été créée en lien avec les caractéristiques du projet et fait un état exhaustif des tests à mener. • Des logiciels de tests sont sélectionnés en fonction du type de test à effectuer. • Les tests utilisés récupèrent les données d'utilisation des utilisateurs. • Les tests ont été conformément menés par l'équipe de tests sous la supervision du candidat.
A.4.3 Maintenance du projet et mise à jour du projet : évolutions, améliorations, extensions (scenario, parcours, ergonomie, ...) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse des données générées par des logiciels sur le fonctionnement du projet 	C.4.3 Assurer la maintenance du projet en testant son fonctionnement et en donnant des directives d'amélioration aux équipes créatives et techniques afin d'assurer son optimisation.	Mise en situation professionnelle reconstituée : Le candidat est amené à assurer la maintenance et la mise à jour d'un projet digital en intégrant les données générées par les testeurs (épreuve collective).	<ul style="list-style-type: none"> • Les résultats des données issues des tests sont analysés et permettent de déterminer le fonctionnement du projet. • Les directives d'amélioration permettent la maintenance du projet : <ul style="list-style-type: none"> ○ les bugs techniques sont absents ; ○ les retours et les usages des utilisateurs sont pris en compte ;

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Directives d'amélioration à destination des équipes créatives et techniques 			<ul style="list-style-type: none"> ○ les retours clients sont pris en compte ; ○ le projet est fluide, ergonomique et accessible.
<p>A.4.4 Présentation du projet finalisé au client en anglais et/ ou en français</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Valorisation du projet ▪ Réalisation d'un argumentaire reposant sur un vocabulaire technique adapté ▪ Communication à l'oral lors de situations professionnelles en français et en anglais 	<p>C.4.4 Créer un argumentaire sur le projet, en utilisant des éléments verbaux adaptés en anglais ou en français, afin de faire adhérer le client au concept définitif du projet</p> <p>C.4.5 Présenter le projet en utilisant l'anglais ou le français lors d'une réunion de clôture du projet afin de valoriser le caractère innovant de sa proposition auprès du client.</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée :</p> <p>Le candidat présente à l'oral son projet digital à l'aide d'outils de communication en anglais ou en français (épreuve collective).</p> <p>La présentation orale dure entre 20-30 minutes et est suivie d'une session de questions-réponses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La présentation orale est structurée et argumente les choix décidés. • Le vocabulaire technique en anglais et/ou en français est parfaitement utilisé et compris. • Les techniques de communication sont adaptées à la nature de l'échange. • Le projet est présenté et mis en valeur grâce au storytelling. • Une attitude professionnelle et positive est adoptée. • Les objections sont traitées et les réponses justifiées. • Les arguments forts sont mis en avant.

5. Promouvoir le projet multimédia auprès des cibles destinataires

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A.5.1 Réalisation d'une étude de marché</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification des cibles destinataires ▪ Analyse des pratiques des cibles ▪ Identification des sources et des dispositifs de financement (partenariats, sponsors, ...) ▪ Analyse des données générées par des plateformes (ex : YouTube, WhatsApp, Tik Tok) ▪ Définition des plateformes à privilégier (sites spécialisés [Twitch], site web, salons, réseaux sociaux, applications mobiles, ...) 	<p>C.5.1 Réaliser une étude de marché en identifiant les cibles destinataires, les sources de financements du projet ainsi que les plateformes à privilégier afin d'optimiser la promotion d'un projet.</p>	<p>Etude de cas :</p> <p>Le candidat doit mener une étude de marché des actions de communication et marketing par rapport à un sujet/projet donné en utilisant la documentation fournie. Il conçoit par écrit (épreuve individuelle) le livrable suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un benchmark marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • L'étude de marché comprend : <ul style="list-style-type: none"> ○ la cible destinataire ○ les objectifs de l'étude ○ un choix de la méthode d'enquête (quantitative, qualitative) ○ un choix des personnes à interroger (échantillon) ○ une grille de questions objectives • Les pratiques des cibles sont analysées avec des outils dédiés : <ul style="list-style-type: none"> ○ des outils d'analyse (Google Analytics, CRM) ○ des outils de mesure de satisfaction et de relation client (CRM, marketing automation) • Les sources et les dispositifs de financement sont identifiées et adaptées au projet (identité, valeurs, ...). • Les plateformes de diffusion/canaux diffusion à privilégier sont définis : (sites spécialisés [Twitch], site web, salons, réseaux sociaux, applications mobiles, ...).

<p>A.5.2 Participation à la stratégie marketing et de communication du projet multimédia</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Suivi des réunions stratégiques ▪ Identification des points forts et des points faibles de l'entreprise (exemple : outil d'analyse SWOT) ▪ Proposition d'améliorations émises en fonction de ses analyses ▪ Définition des indicateurs clés de suivi des actions marketing et de communication 	<p>C.5.2 Proposer des solutions d'amélioration ou de développement du marketing / de la communication, en participant à des réunions stratégiques avec les autres départements de l'entreprise, en prenant en compte les éléments des dernières campagnes marketing afin de définir une promotion du projet réaliste et un suivi des actions.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat propose des solutions d'amélioration du marketing et de la communication sur un projet multimédia donné. Il réalise par écrit (épreuve collective) les livrables suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une analyse SWOT - Une proposition d'actions marketing à mener - Un tableau de bord avec les indicateurs clés de suivi 	<ul style="list-style-type: none"> • L'outil d'analyse (exemple SWOT) est utilisé. • Le candidat identifie les forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'entreprise. • Des axes stratégiques en matière de marketing sont proposés. • Les actions proposées sont déterminées à partir des données générées par les précédentes campagnes. • Un tableau de bord de suivi des actions menées en marketing et en communication, est créé. • Des indicateurs clés de résultats sont définis en lien avec le projet multimédia (types de données : taux de souvenir, taux de lecture, nombre de visiteurs uniques, CPM, CPC, taux d'ouverture et de clic, taux de transfert).
<p>A.4.5 Création de la communication graphique et visuelle sur le projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Direction des équipes de communication 	<p>C.5.3 Créer des visuels ou supports de communication, en dirigeant les équipes dédiées, en sélectionnant les points essentiels issus du projet et en apportant des éléments visuels techniques 2D</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée :</p> <p>Le candidat crée des supports 2D et/ou 3D en vue d'assurer la présentation orale d'un projet (à</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le nombre de supports présentés est en adéquation avec la dimension du projet. • Les supports et livrables sont hiérarchisés et ordonnés pour une

<ul style="list-style-type: none"> Elaboration des différents documents visuels 2D et/ou 3D, avec toutes les données techniques nécessaires à la compréhension du projet 	<p>et/ou 3D adaptés afin de valoriser le projet auprès du client ou de partenaires.</p>	<p>partir d'une documentation fournie), devant un jury (épreuve collective).</p>	<p>bonne compréhension du déroulé du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> La charte graphique est adaptée au style du projet. Un support de présentation du projet digitale est créé- Le support est clair, lisible et fait ressortir les éléments clés de l'argumentation.
<p>A.5.3 Réalisation d'un dossier de financements</p> <ul style="list-style-type: none"> Sélection de financeurs publics (ex : Centre National du Cinéma et de l'image animé - CNC) et/ou privés (ex : plateformes de financements participatifs) Participation à la veille sur les sources de financement existantes Adaptation des dossiers de demande de subventions (ex : aide au développement auprès du CNC) aux attentes des partenaires potentiels 	<p>C.5.4 Réaliser des dossiers de subventions / sponsoring auprès d'institutions publics ou privés en réalisant une sélection à partir d'une veille et du type de projet, en respectant la réglementation inhérente afin d'obtenir des financements.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat réalise par écrit un dossier de financement fictif et/ou réel sur un projet multimédia (épreuve collective).</p> <ul style="list-style-type: none"> Un financeur lui est imposé par exemple, le CNC. 	<ul style="list-style-type: none"> Les informations fournies sont complètes : <ul style="list-style-type: none"> la bible graphique, le plan d'affaires, le positionnement du marché visé. Le projet proposé présente un caractère innovant d'un point de vue graphique ou technique. Le financement de la demande prend en compte les éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> Le coût des droits artistiques Les dépenses de personnels La post-production Les frais généraux. Le positionnement du projet se différencie des concurrents identifiés.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Constitution de dossiers de demandes sponsoring/mécénat (ex : love money ...) 			<ul style="list-style-type: none"> • Le projet est en adéquation aux besoins des cibles.
<p>A.5.4 Organisation et collaboration autour d'évènements marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Collaboration avec le/les équipe (es) marketing ▪ Définition des actions commerciales et de communication à mener ▪ Organiser des événements online ou offline (rencontres, conférences, live, salons) ▪ Communication du projet sur différentes plateformes digitales dédiées 	<p>C.5.5 Organiser des événements autour du projet, en collaborant avec les équipes marketing, en assurant une communication multicanale afin d'assurer la promotion et le développement commercial de ce dernier.</p>	<p>Cas pratique :</p> <p>Le candidat définit les actions commerciales et de communication à mener en lien avec le projet et réalise par écrit (épreuve collective) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une proposition de plan commercial et de communication 	<ul style="list-style-type: none"> • Les actions commerciales déterminées répondent aux cibles destinataires définies et à leurs pratiques. • Le candidat conçoit un plan d'action intégrant les leviers digitaux. • Des événements online et offline sont organisés : rencontres, conférences, live, salons. • Les plateformes digitales sont utilisées pour communiquer autour du projet. • Le plan d'actions opérationnel est synthétique, efficace et évolutif. • Les supports de communication sont choisis en adéquation avec le public cible. • Le candidat conçoit un plan d'actions réaliste sur une période définie.

Nota Bene : L'évaluation du bloc de compétences est réalisée via des modalités spécifiques d'évaluation détaillées dans le référentiel. La réussite de ce bloc de compétences fait l'objet de la remise d'un certificat.

Le titre de Chef de projet Multimédia est quant à lui **obtenu si le candidat obtient l'ensemble des blocs de compétences** compris au sein de la certification.