

PHOTOGRAPHE PROFESSIONNEL ENTREPRENEUR – RNCP 13764
RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION
SPÉOS – PARIS PHOTOGRAPHIC INSTITUTE

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. »

Synoptique du référentiel d'activités

Bloc 1 Conception et préparation d'un projet photographique	Bloc 2 Réalisation et livraison d'un projet photographique	Bloc 3 Création et gestion d'une entreprise de photographie	Bloc 4 Organisation et mise en place d'une démarche commerciale
<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration/conception d'un projet en amont d'une prise de vue (sur commande ou sur une idée originale d'auteur) • Rédaction et présentation d'une proposition créative • Définition des délais, coûts et ressources du projet • Préparation de la prise de vue 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation d'une prise de vue • Réalisation de prises de vue photographique/vidéo • Sélection des images dans le format adéquat (éditing) • Post-production créative et artistique des images produites en fonction de la commande • Livraison des images aux formats demandés • Gestion du stock photo 	<ul style="list-style-type: none"> • Positionnement d'une offre personnalisée et distinctive sur le marché de la photographie • Construction d'un plan d'affaires ("business plan") • Création de son entreprise • Sécurisation de la propriété intellectuelle et du droit à l'image des personnes et des biens • Gestion du suivi comptable 	<ul style="list-style-type: none"> • Conception d'une stratégie de communication et de promotion • Développement commercial de son activité professionnelle • Définition d'une veille stratégique • Conclusion d'une négociation commerciale

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
Bloc 1 : Conception et préparation d'un projet photographique			
A.1.1. Élaboration/conception d'un projet en amont d'une prise de vue (sur commande ou sur une idée originale d'auteur)	<p><i>Si brief :</i></p> <p>C.1.1.1. Analyser le brief d'une commande fourni par un client en conduisant un entretien avec son client, en affinant les contours de sa demande et ses attentes, en lui présentant des exemples de sa créativité pour évaluer la faisabilité du projet et préparer une réponse au projet.</p> <p><i>Si idée originale :</i></p> <p>C.1.1.2. Définir les objectifs et intentions d'une idée originale développée en tant qu'auteur en se documentant et en s'informant sur le sujet choisi et son contexte, en constituant une bibliothèque de documents classés par thème pour vendre le sujet à des clients potentiels (magazine, journaux, banques d'images, galeries, entre autres).</p> <p>C.1.1.3. Conseiller son client en tenant compte de « l'ADN » de la marque, du budget imparti et des délais envisagés, en pré-cadrant une réponse qui donne des pistes de réalisation et définit un contexte d'exécution, afin de répondre à ses attentes en termes d'impact marketing qui servent l'objectif de communication prédéfini.</p>	<p>Mise en situation professionnelle : sur la base d'un brief imposé et en fonction de la situation métier choisie, le candidat ou la candidate devra présenter soit un moodboard, soit une maquette ou soit une note d'intention - objet d'une présentation projetée (sous forme d'un Powerpoint ou PDF).</p> <p>Le support devra présenter les concepts créatifs et esthétiques défendus et exposer les moyens techniques nécessaires à la réalisation.</p>	<p>Le moodboard / ou maquette / ou note d'intention a été soumis au jury.</p> <p>La présentation au jury a été claire, convaincante et pertinente. Cette présentation a bien exposé de façon détaillée et illustrée les axes créatifs et partis pris recherchés, à base de supports d'inspiration iconographiques, sémantiques, textures, couleurs, graphisme. La qualité de la reformulation du brief ou de la commande a permis de valider la compréhension des besoins exprimés dans le brief.</p> <p>Les contraintes du brief ont bien été respectées.</p>

	<p>C.1.1.4. Estimer les contraintes logistiques et financières en se basant sur les données et documentations réunies (brief + entretien client), en hiérarchisant les problématiques et en élaborant un plan d'action opérationnel du projet lié à l'idée originale, en vue de poser les bases sur lesquelles la proposition commerciale pourra être établie.</p>		<p>Une fiche technique définissant les moyens techniques nécessaires à la réalisation du projet, les contraintes budgétaires, techniques, humaines, juridiques et de timing a été remise au jury.</p>
<p>A.1.2. Rédaction et présentation d'une proposition créative</p>	<p><i>Si brief :</i></p> <p>C.1.2.1. Rédiger et présenter une proposition créative en réalisant un moodboard sous forme de planches de tendances visuelles (images, croquis, palettes couleurs, stylisme...) et en s'appuyant sur la culture de la marque (ADN et identité visuelle propre) afin que le client puisse valider l'univers visuel et artistique de la future réalisation.</p> <p><i>Si idée originale :</i></p> <p>C.1.2.2. Rédiger une note d'intention et un storyboard (ou chemin de fer) en s'appuyant sur la base de documentation préalablement constituée, en précisant les intentions et le contexte de réalisation afin de formaliser la proposition d'un concept visuel et narratif.</p> <p>C.1.2.3. Présenter (au client ou financeur potentiel) une maquette visuelle de la proposition de réalisation, en argumentant sur les partis-pris conceptuels pour obtenir l'adhésion de son commanditaire/ financeur.</p>		<p>Si nécessaire : un plan d'action définissant les rôles et actions de chaque membre de l'éventuelle équipe et permettant de valider toutes les étapes essentielles du projet a été annexé.</p>

<p>A.1.3. Définition des délais, coûts et ressources du projet</p>	<p>C.1.3.1. Estimer les coûts de la prestation proposée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en identifiant les ressources nécessaires à la réalisation du projet, en fonction de l'événement ou du thème, du lieu, du matériel et moyens techniques, intervenants (ex. styliste, mannequin), objets, décors nécessaires, - en détaillant les postes du budget global (déplacements, location de matériel, espaces, équipes de production, intervenants), - en inscrivant le projet dans son cadre réglementaire (coûts éventuels d'obtention des droits d'image, de droits d'auteur, etc.), - en s'assurant que les coûts de la prestation correspondent bien à l'enveloppe budgétaire envisagée au moment des discussions initiales, pour proposer formuler un devis détaillé. <p>C.1.3.2. Estimer les délais de réalisation de la prestation proposée en évaluant les contraintes du projet et en produisant un rétro-planning des étapes nécessaires pour s'assurer que les délais planifiés correspondent bien au calendrier initial et contraintes du commanditaire envisagées au moment des discussions.</p>		
<p>A.1.4. Préparation de la prise de vue</p>	<p>C.1.3.3. Constituer l'équipe projet en contactant les professionnels susceptibles d'être compétents et intéressés pour le projet (styliste, modèles), en fournissant les informations sur le contexte du projet, en exposant la direction artistique, le rôle et attendus de chacun, en vue de s'assurer de la</p>		

disponibilité de chacun des membres nécessaires à la réalisation du projet.

C.1.3.4. Contracter le matériel technique nécessaire en passant commande auprès des éventuels prestataires et en s'assurant de la contractualisation avec les tiers et sous-traitants dans le respect de la réglementation pour s'assurer d'avoir tous les équipements nécessaires et fonctionnels au moment de la prise de vue.

C.1.3.5. Obtenir les autorisations et accréditations nécessaires au projet en prenant les rendez-vous auprès des entités concernées pour couvrir le contexte légal et réglementaire de la prise de vue.

C.1.3.6. Communiquer avec l'équipe de production impliquée dans le projet en traduisant de façon opérationnelle l'idée originale présentée dans la note d'intention, en détaillant l'organisation logistique du projet (étapes-clés, plannings, moyens nécessaires, réservations éventuelles, obtentions des accréditations...) pour poser les bases d'une bonne coordination tout au long du projet, facteur-clé de succès.

Bloc 2 : Réalisation et livraison d'un projet photographique

<p>A.2.1. Organisation d'une prise de vue</p>	<p>C.2.1.1. Organiser avec méthode et de façon opérationnelle l'installation et la mise en place de la prise de vue en studio ou en extérieur, telle que définie lors de la commande, autant sur le plan technique que sur le plan humain, pour s'assurer de conditions de réalisation optimales et sécurisées.</p> <p>C.2.1.2. Superviser et contrôler la réalisation du projet en partageant le brief client avec l'équipe de production et en mettant en place des outils de communication pour déléguer les tâches à exécuter auprès de chaque membre de l'équipe.</p> <p>C.2.1.3. Piloter la préparation faite par toute l'équipe en vérifiant que chaque membre de l'équipe a bien abouti sa préparation, en contrôlant que chaque poste (éclairages, tenues et maquillages, scénographie) est conforme à la demande et en veillant scrupuleusement à la maîtrise des coûts dans le cadre de l'enveloppe définie au devis, pour valider de façon fonctionnelle que tout soit opérationnel pour réaliser la prise de vue.</p>	<p>Suite à une mise en situation réelle d'exécution d'une prise de vue photo ou vidéo, le candidat ou la candidate présente au jury une série de photos/vidéos qu'il/elle aura réalisées. Il/elle expose les conditions de réalisation.</p> <p><u>En studio</u> : à partir de croquis en deux dimensions, il sera demandé au candidat de proposer des solutions créatives concernant l'élaboration d'une composition précise (mise en place d'une nature morte et/ou de mode « à plat » / portée). Le/la candidate devra fournir un ensemble de photographies composées et finalisées (série de 10 à 15 photographies) et/ou une vidéo.</p>	<p>Une série de photos conformes aux moodboard, maquettes, notes d'intention a été remise au jury. Cette série a démontré le sens critique du candidat ou de la candidate et sa capacité à livrer un produit cohérent et conforme aux attentes d'un client, tant d'un point de vue esthétique que technique.</p> <p>Les fichiers numériques avec une bonne indexation et une bonne colorimétrie ont été soumis au jury.</p> <p>Si nécessaire, des tirages photo ont été présentés au jury qui a pu juger de la netteté, du contraste, de la densité, de l'équilibre des couleurs et du choix adéquat du papier pour l'impression.</p>
<p>A.2.2. Réalisation de prises de vue photographique/vidéo</p>	<p>C.2.2.1. Conduire les installations et l'organisation du plateau (en studio ou en extérieur) tant sous l'angle technique qu'artistique, en s'assurant que la mise en place de la prise de vue est conforme aux</p>	<p><u>En photojournalisme</u> : à partir de sa note d'intention, le candidat ou la candidate</p>	

maquettes soumises au client (moodboard, storyboard, croquis), en veillant au bon respect par tous des règles de sécurité (aspect matériel et humain), en effectuant les tests techniques pour ajuster les éclairages et le matériel et en respectant la charte visuelle définie avec le client, pour créer les conditions de réalisation d'une photo composée conforme aux attendus client.

C.2.2.2. Définir les conditions de mise en scène et d'éclairage afin d'assurer le traitement artistique convenu au projet.

C.2.2.3. Réaliser les prises de vue en dirigeant ou en mettant en valeur le sujet à photographier, une fois l'ensemble des conditions d'exécution requises, dans le but de produire les images demandées dans le brief et validées à l'étape de la conception.

C.2.2.4. Réaliser la prise de vue vidéo en réglant la prise de son et l'éclairage pour produire le film éventuellement demandé dans le brief.

En situation de reportage ou sur une idée originale :

C.2.2.4. Réaliser une série de photos en prenant les initiatives adaptées à la situation, en suscitant l'intérêt futur pour assurer la diffusion de la série de clichés (à la Une ou en double page par exemple), en sauvegardant sur un ordinateur et/ou disque dur externe les fichiers de sa carte mémoire et en tenant compte des délais de livraison attendus par le commanditaire/financeur, pour livrer le sujet

devra livrer 10 photos sélectionnées, éditées et légendées, et/ou une vidéo.

	photographique en conformité avec la note d'intention présentée au commanditaire/financeur.		
A.2.3. Sélection des images dans le format adéquat (editing)	C.2.4.1. Sélectionner parmi tous les clichés pris lors de la prise de vue les images les plus cohérentes et les plus réussies par rapport au projet, en manifestant son esprit critique et esthétique pour identifier les clichés les plus vendeurs dans le cadre d'un projet ou d'une commande spécifique.		
A.2.4. Post-production créative et artistique des images produites en fonction de la commande	C.2.5.1. Réaliser le traitement et la retouche des images numériques de manière critique et esthétique, en utilisant les logiciels professionnels adéquats, et optionnellement, en réalisant des photomontages à l'aide de la 3D pour intégrer des images et créer des incrustations, si convenu lors du brief, et en tenant compte du support de livraison convenu, afin d'atteindre la qualité optimale du fichier à livrer.		
A.2.5. Création et développement d'une signature visuelle propre	C.2.6.1. Créer un univers singulier et distinct de la concurrence sur son marché en appliquant des critères de choix iconographiques et éditoriaux originaux (sens du cadrage, de la composition et de l'instant), afin d'être facilement et rapidement reconnaissable et identifiable par les autres (concurrents, grand public, professionnels).		

A.2.6. Livraison des images aux formats demandés	C.2.7.1. Préparer les images qui doivent être livrées au client en veillant à leur nomenclature et au format dans lequel elles doivent être livrées, en déterminant la taille de fichier et en tenant compte de l'utilisation finale de chaque fichier pour finaliser la commande. C.2.7.2. Si demandé, imprimer les prises de vue en utilisant des techniques d'impression, à partir des logiciels Photoshop et Lightroom, en vue d'obtenir des tirages de haute qualité fidèles aux prises de vues numériques.		
A.2.7. Gestion du stock photo	C.2.8.1. Concevoir efficacement la gestion de son stock photo , en utilisant des logiciels de gestion de flux (Lightroom, Capture One) qui permettent d'utiliser de manière efficace les champs descriptifs ad hoc de chaque photo (légende), en indexant avec logique et rigueur son stock d'images dans l'objectif d'en faciliter son exploitation et son archivage.		

Bloc 3 : Création et gestion d'une entreprise de photographie

<p>A.3.1. Positionnement d'une offre personnalisée et distinctive sur le marché de la photographie</p>	<p>C.3.1.1. Structurer une offre différenciante sur le marché de la photographie en définissant une ligne artistique précise et des tarifs explicites, en se démarquant de la concurrence existante et en affirmant son unicité pour se faire valoir auprès d'acheteurs potentiels.</p>	<p>Élaboration d'un plan d'affaires ("business plan") chiffré et argumenté présentant le marché visé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - études de marché, - tarification envisagée, - évaluation des moyens matériels nécessaires au lancement d'activité, - statut d'exercice de l'activité. 	<p>Un plan d'affaires prévisionnel a été présenté au jury. Il est cohérent avec le marché visé : les données chiffrées sont réalistes (viabilité de l'activité, CA prévisionnel et dépenses identifiées).</p> <p>Des outils de suivi budgétaire et de pilotage de l'activité (tableaux Excel) ont été soumis au jury.</p> <p>Une grille tarifaire de prestations a également été présentée au jury.</p> <p>L'environnement juridique d'exercice du métier a été défini et justifié auprès du jury.</p>
<p>A.3.2. Construction d'un plan d'affaires ("business plan")</p>	<p>C.3.2.1. Établir un plan d'affaires complet, viable et crédible, en maîtrisant le marketing opérationnel eu égard à la concurrence, aux prix pratiqués, à la qualité et aux thèmes de sa production, en utilisant les supports médias adaptés et en identifiant les marchés adaptés à son style et les marchés de niche souvent délaissés par les grandes agences photographiques, afin d'assurer la progression de son chiffre d'affaires.</p>		
<p>A.3.3. Création de son entreprise</p>	<p>C.3.3.1. Identifier et choisir les statuts juridique, social et fiscal les mieux adaptés à son activité, en ayant une connaissance approfondie des différents statuts existants et au vu de son projet professionnel, en déterminant le mode de déclaration de ses revenus le plus adapté à son projet professionnel, en vue de sécuriser le développement de sa structure et son rendement pérenne.</p>		

A.3.4. Sécurisation de la propriété intellectuelle et du droit à l'image des personnes et des biens	C.3.4.1. Adhérer aux groupements et organisations professionnelles , en s'assurant auprès d'une compagnie pour défendre ses droits en tant qu'auteur photographe et pour être assisté, si besoin, dans ses droits d'auteur, de l'image et de la propriété intellectuelle.		
A.3.5. Gestion du suivi comptable	C.3.5.1. Assurer le suivi comptable précis et à jour de sa structure , en appliquant les principaux mécanismes de comptabilité de la TVA (en fonction du régime retenu) et en catégorisant ses dépenses afin de renseigner ou de déléguer à un centre de gestion sa déclaration fiscale de revenus d'auteur ou d'entreprise, en lien avec les dispositifs réglementaires actualisés.		

Bloc 4 : Organisation et mise en place d'une démarche commerciale

<p>A.4.1. Conception d'une stratégie de communication et de promotion</p>	<p>C.4.1.1. Construire et développer un portfolio de travaux de références illustrant sa signature visuelle et son positionnement de marché afin de donner aux acheteurs potentiels une vue d'ensemble représentative de ses savoir-faire, de ses domaines d'activité et de son identité de photographe.</p> <p>C.4.1.2. Concevoir et développer un site Internet mettant en avant ses talents et ses réalisations, en utilisant les systèmes de gestion de contenu les plus à jour (WordPress par exemple), pour pouvoir s'appuyer sur une véritable vitrine digitale de ses compétences sur Internet.</p> <p>C.4.1.3. Élaborer et mettre en œuvre sa stratégie digitale en identifiant les canaux de diffusion, les cibles et les contenus appropriés, en animant et en contrôlant sa présence et sa visibilité en ligne sur les médias et réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Behance, Alamy, Hans Lucas, Adobe Stock, 500px), en référençant et en diffusant ses contenus (tout en ayant sécurisé la protection intellectuelle de ses créations) pour rendre visible son activité de photographe professionnel au plus grand nombre.</p> <p>C.4.1.4. Développer sa présence physique dans les événements de promotion ou de diffusion de sa création auprès des professionnels et du grand</p>	<p>Présentation devant le jury des outils de promotion/communication développés par le/la candidat(e) : portfolio, site Internet, Instagram, cartes de visite.</p>	<p>Un portfolio de qualité professionnelle démontrant une signature visuelle propre a été présenté au jury.</p> <p>Le site Internet et le compte Instagram ont été présentés au jury et démontrent une ligne éditoriale opportune.</p> <p>Le plan de prospection commerciale a été soumis au jury et l'offre de service est claire et explicite.</p>
----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>public (salons, festivals, foires, rencontres, vernissages, expositions, remise de prix, par exemples) afin de développer sa notoriété.</p>		
<p>A.4.2. Développement commercial de son activité professionnelle</p>	<p>C.4.2.1. Élaborer une stratégie commerciale adaptée et efficiente en organisant un plan de prospection des clients, en repérant des sociétés correspondant à la cible, en identifiant des contacts décideurs dans l'entreprise et en développant un argumentaire de vente, dans le but de saisir des opportunités qui développent son chiffre d'affaires de manière viable et pérenne.</p> <p>C.4.2.2. Développer son réseau professionnel physique et en ligne en enrichissant constamment son carnet d'adresses professionnelles, en identifiant les agents commerciaux et les réseaux influents en cohérence avec les segments d'activité choisis, dans le but de prospecter et fidéliser une clientèle.</p> <p><i>Étant à l'initiative d'un reportage ou de toute autre création à son initiative :</i></p> <p>C.4.2.3. Prospecter activement un client diffuseur, en accompagnant ses photos d'une page synthétique de promotion et de description de son travail, en recherchant un style en cohérence avec l'expression visuelle, en vue de décrocher la signature d'un nouveau contrat. En préparant une deuxième diffusion, dans le cas d'une diffusion sans accord d'exclusivité, pour rechercher d'autres clients afin de développer son chiffre d'affaires.</p>		

A.4.3. Définition d'une veille stratégique	C.4.3.1. Organiser son dispositif de veille en repérant les évolutions sociétales, les tendances artistiques et les innovations technologiques aussi bien chez les concurrents que sur le marché pour identifier des prospects, des partenariats et des projets potentiels.		
A.4.4. Conclusion d'une négociation commerciale	C.4.4.1. Conclure une négociation commerciale en formalisant les clauses techniques (moyens de transmission, supports, formats etc.), financières (modes et modalités de paiement) et juridiques (copyright, recours) et les échéances, en vue de sécuriser ses marchés.		

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle