

REFERENTIEL CRÉATEUR(TRICE) INDUSTRIEL(LE) / ENSCI LES ATELIERS

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. »

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>Un(e) créateur(trice) industriel(le) impulse une démarche design dans le plus grand nombre de secteurs (transport, santé, produits courants, ameublement...), en pilotant le processus de conception de produits, de services, d'espaces ou d'interfaces, tout en étant garant(e) de leur innovation. Ainsi, le(a) créateur(trice) industriel(le) assure l'interface entre les différentes parties prenantes du projet : services techniques et de production, services d'études d'usage et de R&D, ainsi que les services commerciaux visant la promotion et la commercialisation du produit.</p> <p>Il peut s'agir par exemple de la création :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un parcours d'accueil dans les espaces d'un hôpital pour optimiser les flux de personnes - d'un service de récupération de matières premières et / ou usagées afin d'éviter le gaspillage - de mobilier de bureau visant la réduction des nuisances acoustiques - de produits innovants issus de la réutilisation des déchets alimentaires - de la scénographie d'une exposition muséale - de plateformes numériques améliorant le sondage des habitants d'une collectivité, favorisant ainsi la démocratie participative. <p>Le(a) créateur(trice) industriel(le) veille également à la création de produits, de services, d'espaces ou d'interfaces qui améliorent le monde autour de lui(elle), par une étude approfondie du contexte sociétal des créations proposées. Cela implique l'analyse des aspects écologiques, éthiques, et de l'accessibilité des produits, des services et des interfaces, assurant ainsi la mise en production de projets qui répondent aux enjeux cruciaux du monde contemporain.</p>			

Le(a) créateur(trice) industriel(le) mène à bien ses missions en tant que responsable d'une direction design intégrée à une entreprise, institution ou marque, chef(fe) d'entreprise, ou au sein d'une agence de design servant de multiples clients : grandes marques, maisons d'édition, artisans, musées et institutions, instances gouvernementales, par exemple.

Les compétences de ce(tte) professionnel(le) sont donc exercées en totale autonomie et en responsabilité complète.

Différentes fonctions sont possibles pour le(a) titulaire de la certification, comme par exemple :

- Designer(euse) Chef de projet
- Design Manager(euse)
- Directeur(rice) artistique en design produit
- Designer(euse) UX (expérience utilisateur) / UI (interface)
- Créateur(rice) d'applications technologiques
- Concepteur(rice) de services
- Consultant(e) en stratégie d'entreprise et design de marque
- Designeur(euse) d'espaces
- Designeur(euse) graphique

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
1. Conception de matériaux, produits ou services innovants	<p>- Effectuer une enquête de terrain auprès des usagers visant la compréhension et l'analyse fines de leurs besoins, en s'appuyant sur des méthodologies d'enquête terrain quantitative et qualitative, en associant au besoin des expertises externes (marketing, ethnologie).</p> <p>- Avec les équipes créatives et techniques, rédiger un cahier des charges, qui identifie les fonctionnalités précises attendues en s'appuyant sur les besoins identifiés des utilisateurs, et la technologie disponible auprès des équipes techniques, afin de répondre aux objectifs fixés en</p>	<p>Lors de 10 semaines de mise en situation professionnelle et à partir de problématiques réelles et conceptualisées, le(a) candidat(e) assure une conduite de projet de conception d'un matériau, d'un produit, d'un service, d'un espace ou d'une interface, à travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une enquête de terrain sur les besoins des usagers - la rédaction d'un cahier des charges - la réalisation d'un état de l'art technologique - le sourcing de matières - l'élaboration de prototypes 	<ul style="list-style-type: none"> - la méthodologie de l'enquête de terrain est adaptée au contexte - les résultats de l'enquête de terrain correspondent à hauteur d'au moins 50% aux attentes de l'entreprise ou de l'institution partenaire - le cahier des charges est exhaustif, cohérent et présente clairement l'ensemble des objectifs visés

	<p>matière d'écologie, d'innovation et de commercialisation du projet, du service, de l'espace ou de l'interface. Le cahier des charges doit également préciser les qualités et performance attendues en fonction des objectifs de l'entreprise ou de l'institution, afin d'assurer la production des fonctionnalités identifiées.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auprès des acteurs du secteur et de la recherche, mettre en œuvre une veille technologique, en s'appuyant sur les publications officielles du secteur, salons, et associations professionnelles, afin de viser l'innovation. - Auprès des fabricants de matériaux et des salons professionnels, développer le sourcing de nouvelles matières premières en fonction des critères définis, qu'ils soient techniques, écoresponsables ou économiques, et ce, à travers l'observation de nouveaux produits, afin d'intégrer des innovations pertinentes. - Avec les équipes créatives, et dans le souci d'apporter une forte valeur ajoutée au niveau formel et esthétique, matérialiser les hypothèses de recherche sous la forme de prototypes, en utilisant les outils de matérialisation plastique, le dessin, la couleur, les technologies de conception numériques (2D et 3D), plans techniques. - A travers des études de marché et d'opinion des cibles, analyser le niveau de prise de risque en fonction du niveau d'innovation et de disruption, afin de respecter l'identité de la marque ou de l'institution. 	<ul style="list-style-type: none"> - l'animation de séances d'essai des prototypes - le choix de prototypes et la préparation de leur production avec les équipes techniques - la communication sur le projet. <p>Les résultats de ce projet – évalués de manière individuelle – sont présentés à l'oral devant un jury composé de professionnels et de représentants du certificateur pendant 20 minutes, suivi d'un temps de questions et réponses d'environ 10 minutes. Pour cela, le(a) candidat(e) produit un(des) support(s) de présentation (projection d'images, scénographie des prototypes et démonstrateurs, schémas, photos ou vidéos de mise en situation). Cette restitution doit présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la méthodologie utilisée pour l'enquête de terrain, ainsi que ses résultats et conclusions - les points clés du cahier des charges - l'ensemble de références résultant de l'état de l'art technologique - des propositions issues du sourcing des matières - les prototypes et maquettes réalisés - la méthodologie utilisée pour l'animation des séances d'essai des prototypes, ainsi que ses résultats et conclusions - les supports de communication du projet : éléments visuels (exposition des prototypes) et graphiques. 	<ul style="list-style-type: none"> - l'état de l'art technologique présente un ensemble de références pertinent et démontrant une maîtrise de l'actualité technique des matières et produits explorés - les propositions de matières tirées du sourcing sont cohérentes vis-à-vis des propriétés attendues du produit, service, espace ou interface - les prototypes / maquettes sont fonctionnels et démontrent la maîtrise d'un ensemble de techniques (couleur, dessin, plans techniques, 3D) - la méthodologie utilisée pour l'animation des séances d'essai des prototypes permet d'en dégager des résultats concluants sur au moins 50% des sujets abordés lors des tests - l'utilisation des éléments visuels (exposition des prototypes) et graphiques (éléments de communication réalisés) est pertinente. <p>L'ensemble des critères se compensent entre eux.</p>
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Avec les équipes créatives, conduire des projets, en s'appuyant sur une méthodologie alliant recherche, analyse, concept, matérialisation et développement, dans l'optique de mener le produit, le service, l'espace ou l'interface à sa bonne réalisation. - Après des parties prenantes associées au projet, communiquer sur le projet en s'appuyant sur des présentations orales, projections graphiques, ou documents imprimés, afin de les maintenir tous au même niveau d'information et permettre la valorisation du projet en interne comme en externe. 		
<p>2. Création de produits, services, espaces ou interfaces en fonction de la stratégie définie</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En s'appuyant sur sa propre culture des arts et du design, individuellement ou avec les équipes créatives, réunir un ensemble de références artistiques existantes de produits, de tendances, de services ou d'espaces pouvant informer la forme du projet et en lien avec la stratégie de la marque / institution. - A partir d'une analyse des références existantes, avec les équipes créatives, traduire une stratégie d'innovation en stratégie de création de produits, services, espaces ou interfaces, en définissant un plan d'expérimentations et des étapes de création à exécuter. - Individuellement ou avec les équipes créatives, en s'appuyant sur l'identité et le savoir-faire de la marque / entreprise / institution, concevoir une gamme de produits, services, espaces ou interfaces cohérente et en adéquation avec la stratégie définie 	<p>Lors de 14 semaines de mise en situation professionnelle et à partir de problématiques réelles et conceptualisées, le(a) candidat(e) assure l'expérimentation de la création d'un produit, d'un service, d'un espace ou d'une interface, à travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une collecte de références existantes tirées d'un état de l'art - une analyse de la stratégie de marque ou de l'institution - la définition d'une gamme - la réalisation de recherches appliquées - la production de maquettes et / ou de prototypes - l'expérimentation de différentes échelles - la communication sur le projet. <p>Les résultats de ce projet – évalués de manière individuelle – sont présentés à l'oral devant un jury composé de professionnels et</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les références collectées sont pertinentes et suffisamment fournies - les références collectées correspondent à la marque ou à l'institution à hauteur de 50 % - la stratégie de marque ou de l'institution est clairement analysée et génère la construction d'une stratégie d'expérimentation et de création fonctionnelle et cohérente - la définition de la gamme est cohérente aux niveaux plastique et fonctionnel - les recherches appliquées permettent de faire valoir l'identité

	<p>dans l'optique d'accroître la satisfaction de l'utilisateur.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individuellement ou avec les équipes créatives, définir un plan concret et structuré de recherches appliquées, sur la base des références existantes accumulées, tant dans le temps (planning) que dans l'espace (outils), afin d'aboutir à des formes nouvelles et différenciantes. - Avec les équipes créatives, produire des réponses concrètes sous la forme de prototypes ou de maquettes, en adéquation avec le cahier des charges défini et dans l'optique de créer une réponse adaptée et innovante. - En consultant les utilisateurs, choisir les bonnes dimensions et échelles à travers les prototypes et maquettes dans l'optique d'optimiser l'utilisation du produit, espace ou interface. - Animer des séances d'essai des prototypes auprès des usagers en préparant les situations de mise en contexte, afin d'y apporter les modifications et améliorations pertinentes. - Auprès des parties prenantes du projet, communiquer sur la cohérence entre la proposition et la stratégie, tant au niveau plastique et formel que fonctionnel, afin de mettre en lumière sa valeur ajoutée, à travers des animations orales, présentations en images, simulateurs et documents imprimés. 	<p>de représentants du certificateur pendant 20 minutes, suivi d'un temps de questions et réponses d'environ 10 minutes. Pour cela, le(a) candidat(e) produit un(des) support(s) de présentation (projection d'images, scénographie des prototypes et démonstrateurs, schémas, photos ou vidéos de mise en situation). Cette restitution doit présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les références collectées correspondant à la marque ou à l'institution - les résultats de l'analyse de la stratégie de marque ou de l'institution et stratégie d'expérimentation et de création qui s'en dégage - la gamme de produits, services, espaces ou interfaces définie - les résultats des recherches appliquées sur l'identité de marque ou de l'institution - les maquettes et/ou prototypes d'évaluation des fonctionnalités et aspects esthétiques du produit, service, espace ou interface réalisés - les résultats de l'expérimentation de différentes échelles et les choix ergonomiques qui en découlent - la communication sur le projet, via des présentations visuelles et graphiques. 	<p>de marque ou de l'institution à hauteur d'au moins 50 %</p> <ul style="list-style-type: none"> - les maquettes et / ou prototypes permettent d'évaluer les fonctionnalités et aspects esthétiques du produit, service, espace ou interface à hauteur d'au moins 50% - l'expérimentation de différentes échelles aboutit au choix le plus pertinent en termes d'ergonomie et de confort pour l'utilisateur - la communication sur le projet, tant à l'oral qu'en images, est maîtrisée et pédagogique. <p>L'ensemble des critères se compensent entre eux.</p>
--	--	--	---

<p>3. Définition d'une stratégie de création de produits, services, espaces ou interfaces, en fonction d'une politique de développement d'une marque et/ou d'un outil de production / d'une institution</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En lien avec les équipes marketing et commerciales, réaliser une analyse pluridisciplinaire des marchés concurrentiels, en s'appuyant sur les études technologiques, ergonomiques, sociologiques, esthétiques, économiques existantes, afin de proposer des développements hors redondance. - De manière transverse, animer les réflexions de travail stratégique à travers des séances collectives et en s'appuyant sur les méthodologies de design, afin de favoriser l'innovation par la démarche créative. - De manière transverse, identifier les enjeux sociétaux liés à l'activité de l'entreprise ou de l'institution, à travers des sondages et des veilles sociétales, afin de les intégrer pleinement dans la stratégie élaborée, visant des propositions justes, éthiques et écoresponsables. - Veiller à l'adaptation aux contraintes techniques et éthiques de fabrication, diffusion et commercialisation, en assurant un dialogue transverse avec les équipes de production et de commercialisation, afin de garantir la bonne réalisation du produit, service, espace ou interface, tout en respectant la société et l'environnement dans lesquels s'inscrit le projet. -En lien avec les équipes transverses, en s'appuyant sur l'étude de marché, identifier le positionnement particulier de l'entreprise ou institution, afin 	<p>Lors de 14 semaines de mise en situation professionnelle et à partir de problématiques réelles et conceptualisées, le(a) candidat(e) assure l'élaboration d'une stratégie de création d'un produit, service, espace ou interface, en fonction de la politique de développement d'une marque et/ou d'un outil de production de l'entreprise ou de l'institution, à travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la réalisation d'une analyse pluridisciplinaire des marchés concurrentiels - l'animation des réflexions transverses sur la stratégie de marque ou institution - l'identification des enjeux sociétaux pour l'entreprise ou institution partenaire - la définition d'un positionnement clair en matière de création pour la marque ou l'entreprise / institution partenaire - la réalisation d'un travail prospectif à partir de ces éléments. <p>Les résultats de ce projet – évalués de manière individuelle – sont présentés à l'oral devant un jury composé de professionnels et de représentants du certificateur pendant 20 minutes, suivi d'un temps de questions et réponses d'environ 10 minutes. Pour cela, le(a) candidat(e) produit un(des) support(s) de présentation (projection d'images, scénographie des prototypes et démonstrateurs, schémas, photos ou vidéos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les résultats de l'analyse pluridisciplinaire des marchés concurrentiels sont pertinents, en termes de pistes de développement de la marque ou de l'institution, et mise en valeur de manière claire. - la définition des axes de recherche formelle et d'usage, tirée des réflexions transverses sur la stratégie de marque ou de l'institution, est structurée et clairement exprimée - les mesures envisagées pour prendre en compte les enjeux sociétaux de l'entreprise ou de l'institution partenaire sont réalistes et pertinentes pour la marque ou l'institution dans son contexte. - le positionnement en matière de création pour la marque ou entreprise partenaire est cohérent et exprimé de manière claire. - les résultats du travail prospectif sous forme de scénarii d'usage ou d'une narration, à la fois oraux et visuels, sont pertinents pour l'entreprise ou l'institution et démontrent une ambition en

	<p>d'établir son positionnement économique, territorial, éthique et environnemental.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avec les équipes créatives, projeter les constats et analyses dans un futur prospectif, à partir de scénarii d'utilisation fictifs, afin de proposer une stratégie d'innovation. - Avec les équipes créatives et commerciales, définir des principes de collection en s'appuyant sur les planches de tendances et les archives des produits, des services, des espaces ou des interfaces précédemment réalisés, afin que les propositions soient au service de la marque ou de l'institution et en harmonie avec ses positionnements. 	<p>de mise en situation). Cette restitution doit présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les résultats de l'analyse pluridisciplinaire des marchés concurrentiels et les pistes précises pour le développement de la marque ou de l'institution - le fruit des réflexions transverses sur la stratégie de marque ou de l'institution - les mesures envisagées pour prendre en compte les enjeux sociétaux de l'entreprise ou institution partenaire - un positionnement en matière de création pour la marque ou entreprise partenaire - les résultats du travail prospectif à partir de ces éléments, sous la forme de scénarii d'usage ou d'une narration, à la fois orale et visuelle, pour anticiper les orientations futures de la marque ou de l'institution, et pour innover. 	<p>matière d'innovation prospective / de disruption avec l'actuel à hauteur de 50 % au moins.</p> <p>L'ensemble des critères se compensent entre eux.</p>
<p>4. Pilotage de la mise en œuvre d'un procédé industriel dans le design de produit, de service, d'espace ou d'interface.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner les étapes de développement d'un produit, service, espace ou interface en animant les interactions de collaboration avec les métiers connexes (techniques, commerciaux et distribution), afin d'assurer son bon déroulement - Avec les équipes de production, s'assurer de la cohérence entre les propriétés visées et celles réalisées, en analysant le transfert des caractéristiques du produit, service, ou interface en petite série, ou prototype à grande série, dans l'optique de respecter au maximum la conception d'origine. 	<p>Le(a) candidat(e) réalise une mise en situation professionnelle réelle de 4 à 6 mois, sous la forme d'une immersion au sein d'un service design intégré en entreprise ou dans une institution, ou au sein d'une agence spécialisée dans le design. Lors de cette expérience, le(a) candidat(e) assure le pilotage de la mise en œuvre d'un procédé industriel dans le design de produit, de service, d'espace ou d'interface, incluant :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la description des étapes du développement est exhaustive, détaillée et structurée - l'étude de contrôle de qualité comparant les propriétés visées et celles produites produit des réponses probantes - les adaptations nécessaires pour garantir la qualité de la production finale ont été effectuées à hauteur de 50 % minimum

	<ul style="list-style-type: none"> - En lien avec un bureau d'étude et une production industrielle, s'assurer de la mise en production des produits, services ou interfaces conçus, à travers des réunions transverses et des études de qualité, afin de pouvoir distribuer la réalisation finale au client. - En lien avec un service de production, adapter les prototypes en fonction du type d'outil de production industrielle en retravaillant la conception en fonction des difficultés rencontrées dans l'optique de pouvoir produire efficacement le produit, service, espace ou interface final. - Avec les équipes de production, assurer un suivi de fabrication en observant la qualité des productions réalisées afin de maîtriser la qualité du produit. - Avec les équipes techniques et commerciales, maîtriser les coûts et contraintes budgétaires, en fonction du contexte économique dans lequel est conçu le nouveau produit, service, espace ou interface, en adaptant le processus de production ou les matériaux, afin d'assurer la viabilité économique du projet. - Avec les équipes de production et des spécialistes internes ou externes, analyser les impacts écologiques et éthiques de la production, à travers des études et observations des comportements des utilisateurs, dans l'optique de réduire les éventuels impacts négatifs du projet. - Auprès de toutes les parties prenantes du projet, animer des séances de travail collaboratives et 	<ul style="list-style-type: none"> - la conduite, en concertation avec les équipes créatives et de production, des étapes du développement - la réalisation d'une étude de contrôle de qualité comparant les propriétés visées et celles produites - l'élaboration d'un récapitulatif exhaustif des aller-retours entre prototypage et production industrielle, ainsi que les éventuelles adaptations - la réalisation d'une analyse budgétaire du projet - la réalisation d'une analyse de l'impact écologique du projet. <p>Les résultats de cette mission professionnelle – évalués de manière individuelle – sont présentés à l'oral devant un jury composé de professionnels et de représentants du certificateur pendant 10 minutes, suivi d'un temps de questions et réponses d'environ 10 minutes. Pour cela, le(a) candidat(e) produit un(des) support(s) de présentation (projection d'images, scénographie des prototypes et démonstrateurs, schémas, photos ou vidéos de mise en situation).</p> <p>La présentation orale est accompagnée d'une restitution écrite, dont la forme est définie par le(a) candidat(e) en fonction de la nature de la mission professionnelle et dans l'optique de respecter la confidentialité des entreprises et institutions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le récapitulatif des prototypes en itération apporte de véritables améliorations clairement expliquées et mises en valeur - l'analyse budgétaire est cohérente et démontre la viabilité du produit, du service, de l'espace ou de l'interface - l'analyse de l'impact écologique permet de prendre les mesures nécessaires pour assurer une production écoresponsable. <p>L'ensemble des critères se compensent entre eux.</p>
--	---	--	--

	<p>interdisciplinaires, à travers des méthodologies d'animation créatives, afin de favoriser la communication à toutes les étapes du projet.</p>	<p>La restitution écrite, comme orale, doivent présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la description détaillée des étapes du développement - les résultats de l'étude de contrôle de qualité, comparant les propriétés visées et celles produites, et les adaptations nécessaires pour garantir la qualité de la production finale - le récapitulatif des prototypes en itération - l'analyse budgétaire du projet - l'analyse sur l'impact écologique du projet 	
--	---	---	--