

Bloc de compétences 1 : Analyser le besoin de communication graphique ou numérique

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
A1.1. Identification de la demande de communication graphique ou numérique	C1.1. Recueillir objectifs, le message et les contraintes de la demande en termes de communication graphique ou numérique, en dialoguant avec le commanditaire et en reformulant les attentes exprimées et les enjeux pour définir les contours du projet.	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p><u>REDACTION ET PRESENTATION D'UN BRIEF CREATIF</u></p> <p>A partir de la présentation d'un besoin de communication client et d'une documentation mise à sa disposition, le candidat rédige une copy strategy (ou brief créatif) structurée à destination d'équipes techniques et créatives.</p> <p>Au cours d'une soutenance orale d'une durée de 15 minutes devant un jury composé d'intervenants et professionnels du secteur, le candidat remet et présente le travail réalisé. Il explicite sa démarche et rend compte de son analyse. L'exposé est suivi d'un échange avec le jury sous forme de questions/réponses d'une durée de 15 minutes.</p>	Le besoin en communication du client est décrit : objectif, message, cible(s) et contraintes éventuelles.
A1.2. Qualification de la stratégie de communication visuelle	C1.2.1. Analyser la stratégie de communication visuelle du commanditaire , d'après son positionnement sur le marché et ses valeurs, ses codes graphiques et en étudiant ses précédentes campagnes de communication pour s'appropriier son univers de marque.		L'univers visuel du commanditaire est compris : une analyse sémiologique des images et des campagnes de communication est réalisée.
	C1.2.2. Assurer une veille créative en matière de communication visuelle en collectant des informations sur l'évolution des codes graphiques et en analysant les pratiques des concurrents pour décrypter les tendances et enrichir le projet créatif.		La stratégie de communication visuelle est définie et documentée : la charte graphique du commanditaire est analysée (évolutions et lignes directrices formulées).
			Une méthodologie de collecte a été déployée : définition du périmètre de recherche et sélection des sources d'information pertinentes au regard du positionnement du client.
			Les informations collectées sont hiérarchisées, synthétisées et analysées.

	<p>C1.2.3. Réaliser un benchmark des pratiques concurrentielles pour appréhender le positionnement du commanditaire et identifier les axes possibles de différenciation.</p>		<p>La démarche de veille est formalisée à travers la compilation structurée de références générales.</p>
<p>A1.3. Cadrage du projet de conception graphique ou numérique</p>	<p>C1.3.1. Appréhender les spécificités inhérentes au projet en identifiant l'ensemble des contraintes techniques, environnementales et réglementaires applicables, pour les intégrer au brief créatif et garantir une conception réalisable et conforme à la législation en vigueur.</p>		<p>Le projet est envisagé dans sa globalité : objectif, message, contraintes techniques, légales, réglementaires et environnementales applicables au secteur d'activité, au produit, au choix du support de diffusion.</p>
	<p>C1.3.2. Rédiger le cahier des charges d'un projet de communication graphique ou numérique en formalisant et structurant les attentes du commanditaire, en intégrant les particularités techniques, les ressources nécessaires au projet, pour le diffuser aux équipes créatives et garantir une livraison conforme au brief initial.</p>		<p>Le cahier des charges du projet comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'identification de besoin de communication client. - Le bénéficiaire consommateur, la promesse et la sélection des supports adaptés à la demande. - Les spécificités, contraintes du projet. - L'identification des ressources (techniques, financières, humaines...) nécessaires à la réalisation du projet.

Bloc de compétences 2 : Elaborer et présenter un projet de communication graphique ou numérique

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
A2.1. Définition de la charte graphique	C2.1. Concevoir une charte graphique en sélectionnant la colorimétrie, le design, la typographie, tonalité, en lien avec les valeurs, le positionnement et l'univers de marque du commanditaire pour créer et diffuser une identité visuelle impactante, différenciante et déclinable.	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p><u>PRESENTATION D'UN PROJET DE COMMUNICATION VISUELLE</u></p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle, à partir d'un brief créatif, le candidat élabore un projet de communication visuelle en cohérence avec le besoin exprimé. Il est chargé de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concevoir la charte graphique ; - Définir l'identité visuelle (objectifs, cibles, message, supports de diffusion) ; - Elaborer le budget prévisionnel du projet. <p>Le candidat présente son projet au cours d'une soutenance orale devant un jury composé d'intervenants et professionnels du secteur. Il justifie de ses partis pris créatifs et de l'orientation donnée au projet.</p>	<p>La charte graphique respecte l'univers de marque du commanditaire.</p> <p>Les éléments constitutifs de la charte graphique sont définis : logo, couleur, police, typographie, hiérarchie visuelle...</p> <p>La charte graphique se décline sur différents supports de communication print (affiches, cartes de visite, flyers, dépliants) et web (site web, newsletter, application).</p>
A2.2. Création d'une identité visuelle	C2.2. Elaborer une identité visuelle innovante et différenciante , en phase avec le besoin de communication exprimé par le commanditaire et déclinable sur différents supports, en mobilisant son sens créatif, ses compétences technologiques et en sélectionnant les supports de diffusion adaptés pour atteindre les cibles visées et garantir une communication efficace.		<p>Plusieurs pistes de réflexion, s'appuyant sur des croquis d'intention, sont explorées : les intentions graphiques dégagées sont justes et pertinentes au regard des attentes client et de la cible visée.</p> <p>L'identité visuelle élaborée tient compte de la plateforme de marque, de sa raison d'être et de son positionnement.</p> <p>Le choix des supports de diffusion (affichage, mobile, web, flyer, réseaux sociaux, media, presse...) est cohérent quant au message à transmettre et à la cible visée.</p>

			<p>La faisabilité technique du projet est avérée : les techniques graphiques et numériques de modélisation et conception sont utilisées (conception de site web, animation 2D/3D, design UI/UX, IA, RV/RA, ...).</p>
<p>A2.3. Estimation des coûts de conception et de réalisation du projet</p>	<p>C2.3. Etablir le budget prévisionnel du projet, en identifiant et en recensant la nature et le montant des coûts à engager et des ressources humaines et techniques à mobiliser pour s’assurer de la faisabilité économique du projet envisagé.</p>		<p>Les ressources humaines et techniques nécessaires au projet sont qualifiées et quantifiées.</p> <p>Le budget du projet est estimé au regard des étapes de conception, fabrication et de l’enveloppe budgétaire du client.</p> <p>De(s) devis estimatif(s) sont présentés.</p>
<p>A2.4. Présentation d’un projet graphique ou numérique</p>	<p>C2.4.1. Présenter un projet de création graphique et numérique, responsable et inclusif, en s’appuyant sur des outils d’expression visuelle et multimédia, en justifiant les partis pris créatifs et conceptuels pour susciter l’adhésion et la contractualisation avec le commanditaire.</p>		<p>La présentation du projet est structurée et s’appuie sur des visuels (esquisse, maquette, moodboard, planche tendances, animation...).</p> <p>Les différents outils (traitement d’image, composition et mise en page, animation, RA/RV, vidéo, internet, ...) mobilisés sont présentés.</p> <p>Les choix esthétiques et artistiques retenus sont argumentés.</p>
	<p>C2.4.2. Apporter des ajustements au projet présenté en prenant en compte les remarques et les observations formulées par le commanditaire et en déployant les correctifs nécessaires pour obtenir la validation définitive.</p>		<p>Le commanditaire a validé la proposition finale. Le cas échéant, des correctifs ont été proposés.</p>

Bloc de compétences 3 : Réaliser une création graphique ou numérique responsable

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>A3.1. Conception graphique</p>	<p>C3.1.1. Elaborer une création graphique en mobilisant les techniques de conception et de production d'image fixe, en recourant aux outils adaptés (logiciels, photographie, intelligence artificielle générative...) et en sélectionnant des supports de diffusion adaptés pour répondre au besoin de communication exprimé dans le cahier des charges.</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p><u>CRÉATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE</u></p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle, à partir d'un brief créatif, le candidat réalise un projet de création graphique et numérique.</p> <p>Les livrables à fournir intègrent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la production d'images fixes et en mouvement ; - le développement d'une interface utilisateur (web, application mobile, expérience gamifiée...). <p>Des logiciels de PAO (Photoshop, Indesign, Illustrator...), d'animation numérique (Adobe Creative Cloud, After Effects, Premiere, Figma, Cinéma 4D, Blender...) et de conception d'interface web</p>	<p>La proposition élaborée et les supports de diffusion sélectionnés répondent aux objectifs formulés dans le brief client et sont adaptés au public cible visé.</p> <p>La création réalisée présente des qualités plastiques et esthétiques dans le respect de l'identité visuelle de la marque et les contraintes de la charte graphique.</p> <p>L'utilisation de logiciels de conception est maîtrisée (Photoshop, Indesign, Illustrator, suite Adobe, ...).</p> <p>Les techniques de commande en langage naturel (prompt) sont maîtrisées quant à l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle (Midjourney, Dall-E...).</p> <p>Les supports papier travaillés sont variés : papeterie, affiche, flyer, édition, packaging, signalétique, habillage, illustrations.</p>

	<p>C3.1.2. Créer un fichier d'impression en intégrant toutes les caractéristiques techniques du projet (composition, résolution...) et en sélectionnant un format d'enregistrement adapté pour garantir une impression conforme et de qualité.</p>	<p>(Wordpress, Elementor...) sont mis à la disposition du candidat.</p>	<p>L'impression réalisée est conforme à la création graphique élaborée.</p>
<p>A3.2. Production numérique</p>	<p>C3.2.1. Concevoir une interface utilisateur en veillant à élaborer une ergonomie fonctionnelle, intuitive et conviviale en cohérence avec l'identité visuelle du commanditaire pour organiser et structurer les interactions avec l'utilisateur final.</p>		<p>Le design d'interface élaboré tient compte de critères ergonomiques : guidage, charge de travail, contrôle explicite, adaptabilité, gestion des erreurs, homogénéité, cohérence, signifiante des codes et dénominations, compatibilité.</p> <p>Les techniques de développement web (Wordpress, Elementor, Figma...), d'UI et de motion design sont maîtrisées : l'interface utilisateur est ergonomique, intuitive, responsive et accessible de tous.</p>
	<p>C3.2.2. Réaliser une animation numérique en mobilisant les techniques de production vidéo, en recourant au prompt engineering et en sélectionnant le support digital adapté pour dynamiser la stratégie de contenus et attirer l'attention des cibles visées.</p>		<p>Le choix du support digital de diffusion est pertinent au regard du brief donné : site web, bannière, application mobile, expérience gamifiée, réseaux sociaux...</p> <p>La production de vidéo est assurée via l'utilisation de logiciels d'animation (Blender, After effects...)</p> <p>Les techniques de prompt engineering sont exploitées dans le cadre du recours à l'intelligence artificielle.</p>

	<p>C3.2.3. Tester et améliorer l'expérience utilisateur en contrôlant l'ergonomie de l'interface développée, en élaborant des scénarios d'usage et de persona, en s'assurant de l'accessibilité des contenus et le cas échéant, en procédant aux ajustements nécessaires pour attirer et fidéliser la cible visée.</p>		<p>Des scénarios d'usage et de personas sont élaborés : le parcours utilisateur est cartographié, les points de contact sont identifiés.</p> <p>Les paramètres sont ajustés à partir des données de connexion récoltées.</p> <p>L'expérience utilisateur est améliorée : hausse du taux de clics, diminution du taux de rebond.</p>
<p>A3.3. Mise en œuvre de pratiques créatives sociales et responsables</p>	<p>C3.3.1. Garantir l'accessibilité de la création graphique ou numérique en s'appuyant sur les normes et référentiels en vigueur, en réalisant des tests utilisateurs incluant des personnes en situation de handicap pour rendre les contenus produits compréhensibles et utilisables par tous.</p>		<p>La conformité aux exigences d'accessibilité de la création est assurée eu égard aux normes en vigueur.</p> <p>Le volet technique du Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité permet de cadrer le dispositif opérationnel de création.</p>
	<p>C3.3.2. Adopter une démarche créative d'écoconception en privilégiant le développement de créations à faible empreinte carbone, en identifiant les opportunités d'allègement et en sélectionnant des matériaux et des supports de diffusion écologiques pour contribuer à réduire l'impact environnemental de la création élaborer.</p>		<p>L'impact environnementale de la création est évalué à partir d'outils de diagnostic adaptés au regard du brief client : Référentiel général d'écoconception de services numériques (RGESN), Guide d'écoconception de services numériques Green IT Analysis, Ecoindex.fr... : des leviers d'allègement de l'empreinte carbone sont identifiés.</p> <p>L'usage de matériaux recyclés (papier, colle, encre...) est privilégié pour l'impression de supports de diffusion.</p>

Bloc de compétences 4 : Piloter la conception graphique et numérique

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
A4.1. Suivi du projet de communication graphique et/ou numérique	<p>C4.1.1. Coordonner le travail d'équipes pluridisciplinaires en accompagnant, de façon inclusive, les équipes dans la résolution des problématiques techniques et organisationnelles rencontrées pour assurer l'avancée du projet jusqu'à sa livraison.</p>	<p>Dossier de synthèse :</p> <p style="text-align: center;"><u>RAPPORT D'ACTIVITES</u></p> <p>A partir d'une expérience professionnelle réalisée dans le cadre d'un stage, le candidat rédige un rapport d'activités dans lequel il met en exergue sa capacité à gérer un projet de la prise de connaissance du brief jusqu'à sa livraison.</p> <p>Après avoir défini le contexte de sa mission, il explicite les tâches réalisées, sa méthodologie de suivi de projet, les difficultés rencontrées et les moyens déployés pour les surmonter. Il justifie notamment des arbitrages effectués tout au long du processus de création :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conception, - Réalisation, - Contrôle et protection de la création, - Livraison du projet. <p>Le candidat est libre de choisir le projet présenté, qu'il ait été mené dans le cadre de son cursus de formation, pour le</p>	<p>Le cahier des charges et le planning sont communiqués aux équipes au cours d'une réunion de cadrage.</p> <p>Les équipes créatives (internes et prestataires) sont mobilisées.</p> <p>Des plateformes de gestion de projet collaboratives et accessibles de tous sont utilisées.</p> <p>Les tâches affectées à chaque exécutant/sous-traitant correspondent à ses qualifications, ses compétences et à son expérience.</p> <p>Le recours à des prestataires extérieurs est justifié (absence de compétences en interne, raison économique).</p> <p>Les aléas (contretemps techniques, retards de production, conflits internes) sont gérés et surmontés.</p>
	<p>C4.1.2. Garantir le respect des échéances et des étapes du projet tout au long du processus de conception en suivant le planning, les indicateurs de performance et en déployant des actions correctives le cas échéant, pour garantir</p>		

	<p>la livraison du projet dans le délai et budget impartis.</p>	<p>compte d'un client réel ou au cours d'une expérience professionnelle.</p>	<p>Les échéances contractuelles et les contraintes imposées ont été respectées : livraison du projet attendu dans les délais et au prix convenus.</p>
<p>A4.2. Finalisation du projet de communication graphique ou numérique</p>	<p>C4.2.1. Contrôler la réalisation finale à partir du cahier des charges initial, en analysant ses caractéristiques techniques et esthétiques, en apportant des ajustements éventuels, pour s'assurer de la conformité du livrable.</p>		<p>Des indicateurs de contrôle qualité du livrable sont mis en place : paramètres des fichiers, formats d'impression et/ou d'enregistrement, ...</p>
	<p>C4.2.2. Assurer l'encadrement juridique du projet en mobilisant ses connaissances en matière de droit de la propriété industrielle, littéraire et artistique pour garantir sa protection intellectuelle.</p>		<p>Les problématiques juridiques inhérentes aux images et textes, libres ou non de droits d'utilisation et de reproduction sont identifiées.</p> <p>Des solutions concrètes sont envisagées en matière de protection juridique : enregistrement à l'INPI par exemple.</p>