

## CONCEPTEUR GRAPHIQUE – RNCP34243 REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION COM'ART

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Bloc 1 - Analyse de la problématique de communication et définition du cahier des charges</b>			
<p><b>A1.1. Analyse de la problématique du client (besoins et stratégie)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réception du brief du client</li> <li>- état des lieux sur la stratégie communication du client</li> <li>- proposition de supports dans le cadre du plan de communication</li> </ul> <p><b>A1.2 Analyse du contexte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analyse de la concurrence</li> <li>- veille sur évolutions du métier</li> </ul>	<p><b>C1.1</b> Analyser la problématique de communication du commanditaire pour apporter une solution globale basée sur la représentation et l'identité visuelles.</p> <p><b>C1.2</b> Effectuer une veille active artistique, technique, documentaire sur les divers métiers utiles à une production et suivre leurs évolutions pour intégrer dans la démarche conceptuelle, l'évolution des styles, des tendances et des applications proposées dans l'art, l'art graphique et</p>	<p><b>C1.1 à C1.3 :</b> <b>Remise d'une note d'intention</b> en phase avec la <b>copy strategy</b> du client qui intègre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les éléments de communication et de sémiologie relatifs à la problématique pour préparer l'identité visuelle ;</li> <li>- un benchmark de la concurrence et une analyse des tendances ;</li> <li>- les différents supports à intégrer dans le plan de communication ;</li> </ul>	<p><b>C1.1 à C1.3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse du brief client initial permet d'identifier les éléments-clés dans l'opération à mettre en place ;</li> <li>- les recommandations apportées doivent comprendre : le positionnement de l'entreprise / du produit ; le message à délivrer ; les supports choisis (plaquette, affiche, page Web, objet publicitaire, animation, etc.) ; les éléments constitutifs ;</li> </ul>

<p><b>A1.3. Etude des conditions de faisabilité et élaboration du cahier des charges et du cahier de conception</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reformulation de la commande</li> <li>- définition des contraintes budgétaires et temporelle</li> <li>- fourniture des devis correspondants aux éléments de la commande (avec périmètre d'action et délais)</li> <li>- définition des besoins techniques de la commande graphique</li> </ul> <p><b>A1.4 Présentation du cahier des charges et du cahier de conception au client</b></p>	<p>le design numérique.</p> <p><b>C1.3</b> Procéder à l'analyse sémiologique de l'existant auprès du client et de la concurrence pour disposer des matériaux de bases indispensables au benchmarking.</p> <p><b>C1.4</b> Analyser la commande et la reformuler en définissant les contraintes budgétaires et de planning, les objectifs spécifiques, la cible visée ainsi que les supports de communication et les techniques qui en découlent afin de définir le cahier des charges et le cahier de conception à valider avec le client.</p> <p><b>C1.5.</b> Présenter un cahier de charges/conception au client en argumentant les choix techniques financiers et temporels afin de convaincre le client.</p>	<p><b>C1.4 et C1.5 : Mise en situation professionnelle :</b> rédaction d'un cahier des charges/cahier de conception et présentation</p>	<p>la cible à atteindre (différence entre les consommateurs finals et les entreprises) ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la culture de l'image et l'approche générale adoptée permettent de fournir une analyse sémiologique pertinente</li> </ul> <p><b>C1.4 et C1.5</b> Qualité du cahier des charges :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les besoins du client sont clairement formulés</li> <li>- les contraintes financières et temporelles sont analysées ;</li> <li>-les supports de communication sont définis</li> <li>- le devis est complet et cohérent</li> <li>- les prix doivent assurer la rentabilité du projet pour l'équipe en charge, optimiser le rapport coût / prestation des fournisseurs externes et être compétitifs par rapport à la concurrence.</li> <li>- le document doit mettre en évidence l'ensemble des choix techniques stratégiques en regard de l'analyse fonctionnelle</li> </ul>
--	---	---	---

			<p>nota : le dossier du contrôle continu est tenu à disposition des membres du jury pour lever au besoin les éventuelles ambiguïtés dans le processus d'évaluation d'acquisition des compétences</p> <p>Qualité de la présentation - les arguments sont étayés - la reformulation de la demande du client est claire et hiérarchisée</p>
<b>Bloc 2 - Conception de l'identité visuelle et validation par le commanditaire</b>			
<p><b>A2.1 Rédaction d'un mémo qui présente de façon littérale les concepts et éléments constitutifs de l'identité visuelle,</b></p> <p><b>A2.2. Réalisation des premiers éléments de représentation (prémaquette) sur tous supports adéquats</b></p>	<p><b>C2.1</b> Mettre en place une méthodologie qui parte des concepts initiaux pour fournir une ligne de conduite jusqu'à la réalisation finale.</p> <p><b>C2.2</b> Réaliser une prémaquette du projet graphique en proposant le cadre d'exécution de l'identité visuelle globale pour le produit, la marque ou l'entreprise afin que le commanditaire puisse suivre la démarche créative.</p> <p><b>C2.3</b> Dérouler cette identité vers l'édition et le volume (objets) et l'espace, y compris la scénographie et l'événementiel pour obtenir un dispositif complet de communication</p>	<p><b>C2.1 Présentation des fondamentaux de l'identité visuelle</b> sous forme littérale (pas de représentation graphique)</p> <p><b>C2.3 et C2.6 Réalisation d'une prémaquette comprenant les éléments suivants :</b> croquis, roughes, études (typographie, logotypie, couleurs, formes, etc.), maquettes de pages, de livres, d'objets, storyboards, etc. qui fournissent une représentation visuelle des supports définitifs au client qui peut effectuer son choix</p>	<p><b>C2.1</b> - la rédaction est claire et fidèle au brief initial du client et aux différentes contraintes de la stratégie de communication</p> <p><b>C2.3 et C2.6</b> - les éléments de représentation restituent non seulement le brief de départ du client, mais également la préparation sémiologique, le choix des concepts-clés et la créativité, c'est-à-dire la cohérence entre le signifiant (support) et le signifié (message)</p>

<p><b>A2.3 Présentation devant le commanditaire et intégration des retours</b></p>	<p>visuelle.</p> <p><b>C2.4</b> Réaliser (en équipe) la présentation des projets avant la réalisation pour apporter d'éventuels correctifs soumis par le commanditaire.</p> <p><b>C2.5</b> Fournir le ou les devis qui prennent en compte les besoins techniques de la commande et les contraintes du projet (coût, délai et périmètre).</p> <p><b>C2.6.</b> Prendre en compte les retours du commanditaire en l'état en justifiant les choix effectués et en négociant la remise en cause des choix en cohérence avec le cahier des charges initiale de l'identité visuelle.</p>	<p>ou apporter des remarques;</p> <p><b>-présentation de la prémaquette</b> devant le client (mise en situation simulée)</p>	<p>Qualité de la présentation orale appuyée sur les supports réalisés et tout autre dispositif print, numérique ou volume jugé adéquat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les arguments sont étayés</li> <li>- la reformulation de la demande du client est claire et hiérarchisée</li> </ul>
--	---	--	---

## Bloc 3 - Réalisation du produit graphique et production des supports

<p><b>A3.1 préparer les éléments nécessaires à la phase de production : iconographie, textes, matériel et technologies de production, etc.;</b></p>	<p><b>C3.1</b> En s'appuyant sur la prémaquette validée par le client, préparer les éléments nécessaires à la phase de production (iconographie, texte, matériel et technologies de production) et réaliser un projet graphique respectant le cahier des charges.</p>	<p><b>C3.1 et 3.2</b> <b>Présentation devant jury des réalisations finales</b> (print, Web, édition, volumes et événementiel) élaborées dans le cadre du projet professionnel et/ou dans le cadre d'un stage ou d'une alternance</p> <p><i>nota : si la réalisation est trop onéreuse (affiches) ou représente un aspect logistique surdimensionné, les maquettes suffisent</i></p>	<p><b>C3.1 et C3.2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les éléments initiaux fournis par l'analyse sémiologique et la charte graphique dans l'exécution des éléments se retrouvent dans les épreuves finales ;</li> <li>- les techniques et les processus de réalisation sont maîtrisés de façon autonome</li> <li>- les technologies choisies (logiciels et stations de travail ; périphériques de capture et de sortie ; etc.)</li> </ul>
<p><b>A3.2 superviser ou participer à la réalisation finale des supports :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) supports print (affiches, annonces, dépliants, films, etc.), numériques et audiovisuels (y compris animation de synthèse),</li> <li>b) édition (livres, ouvrages, plaquettes, catalogues);</li> <li>c) volumes (packaging, PLV – promotion sur le lieu de vente).</li> </ul>	<p><b>C3.2</b> Coordonner les diverses étapes de la production et les équipes intervenant dans le processus (graphistes, photographes, webdesigners, scénographes, décorateurs, vidéastes, fournisseurs et sous-traitants) en respectant le triangle de contraintes (coût, délai et périmètre et la chaîne graphique), et en mettant en œuvre les technologies nécessaires conformément au cahier des charges initial.</p>	<p><b>C3.1 à C3.4</b> <b>Remise d'un rapport de stage</b> qui explicite les différentes tâches accomplies durant la période (6 mois) ou alternance (contrat de professionnalisation) avec suivi par un tuteur de l'entreprise hôte</p> <p><b>Compte-rendu</b> sur la et la <b>coordination</b> dans le cadre d'un <i>stage</i> ou d'une <i>alternance</i></p>	<p><b>C3.1 à 3.4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la gestion des parties prenantes du projet et la participation au processus de production sont correctement menées dans les délais, sans dépassement de coûts et en respectant le périmètre du projet ;</li> </ul>

<p><b>A 3.3 Elaborer une scénographie et/ou participer à l'élaboration d'un événementiel qui permette de dérouler dans le temps et l'espace l'identité visuelle du commanditaire</b></p>	<p><b>C3.3</b> En scénographie, choisir les styles, matériaux, accessoires et dispositifs lumière et technique adéquats, éventuellement en partenariat avec un bureau de style pour la mise en place de l'espace aménagé ; en événementiel, gérer l'avant, le pendant et l'après avec le prestataire pour optimiser les retombées de l'événement.</p>		
<p><b>A.3.4. Présenter les livrables au client et organiser le debriefing</b></p>	<p><b>C3.4</b> Assurer l'intégration des éléments du débriefing (conformité avec l'identité visuelle définie préalablement, respect des délais, retours positifs depuis la cible concernée) avec le client à l'issue des opérations pour garantir la qualité du travail attendue.</p>		<p><b>C3.4</b> - l'opération avec le client est correctement finalisée et elle garantit la pérennité de la collaboration commerciale</p> <p><i>Nota : le dossier du contrôle continu est tenu à disposition des membres du jury pour lever au besoin les éventuelles ambiguïtés dans le processus d'évaluation d'acquisition des compétences</i></p>