

## 5 - REFERENTIELS

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. »

### Candidat en situation de handicap :

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

Sur avis motivé du référent handicap le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation. :

- dans la mesure où cela ne remet pas en question la capacité professionnelle globale du candidat
- si le critère au regard de la nature du handicap n'a pas vocation à s'appliquer dans la pratique professionnelle future du candidat

Ces deux critères étant cumulatifs.

L'ingénieur de certification s'engage dans la mesure du possible à élaborer des modalités d'évaluation inclusives permettant une adaptation du format. Dans le cas d'une modalité spécifique à une situation de travail, il s'engage à préciser le cadre des aménagements possibles.

<b>RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>Activité 1 : Définition d'un projet de création graphique</b>  <b>A1.1</b> Accompagnement et échanges avec le commanditaire	C1.1 Analyser la demande d'un commanditaire en s'appuyant sur la réalisation d'interviews, le brief client, l'étude de son identité et de sa culture d'entreprise, de ses marchés, de ses concurrents et des enjeux rencontrés, de	<b>Projet de création graphique :</b>  Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit proposer	Le candidat identifie les objectifs, les cibles et les enjeux de la demande.  Démontre sa compréhension de l'identité, et de la culture de la structure

de la commande à la validation du projet (idée créative, budget et devis)	manière à identifier la problématique du commanditaire.	une analyse de la demande du commanditaire et identifier les besoins de la cible.	Démontre la maîtrise des méthodologies d'enquêtes, de questionnements et de reformulation.
<p><b>1.2</b> Analyse des tendances culturelles et artistiques et des évolutions techniques, technologiques et juridiques du secteur</p>	<p>C1.2 Elaborer un dispositif de veille culturelle, artistique, technique, technologique, règlementaire, sectorielle et concurrentielle en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- définissant les objectifs de veille,</li> <li>- mobilisant des méthodologies de recherche, traitement et exploitation de données,</li> <li>- évaluant la fiabilité du protocole, afin de soutenir le travail exploratoire nécessaire à la problématisation du besoin du commanditaire.</li> </ul>	<p><b>Dossier d'étude professionnelle :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit :</p> <p>Déterminer un sujet de recherche en lien avec la thématique du design et de la direction artistique.</p> <p>Une fois le sujet déterminé, il doit définir une problématique et présenter les résultats de ses recherches en s'appuyant sur une veille culturelle, artistique, technique et technologique.</p>	<p>Présentation d'une cartographie des principaux domaines de veille (culturelle, artistique, technique, technologique, règlementaire, sectorielle et concurrentielle, selon les sujets choisis) exposant la finalité générale, les objectifs précis et les moyens mobilisés pour chacun d'entre eux.</p> <p>Le candidat démontre la pertinence des outils de veille utilisés au regard des objectifs recherchés.</p> <p>Démontre la pertinence et la fiabilité des sources utilisées.</p> <p>Synthétise l'information et démontre sa capacité à la restituer.</p> <p>Démontre l'intérêt des informations complémentaires recherchées.</p>
<p><b>A1.3</b> Planification du projet de création graphique</p>	<p>C1.3 Evaluer le coût de la prestation d'un projet de création graphique pour l'élaboration d'un devis, en prenant en</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p>	<p>Le devis présenté respecte le formalisme attendu.</p>

	<p>compte l'ensemble des contraintes organisationnelles, fiscales et matérielles, de manière à obtenir l'approbation finale du commanditaire.</p>	<p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit évaluer le coût de la prestation et élaborer le devis.</p>	<p>Il comprend les éléments suivants : les mentions obligatoires, les étapes de réalisation du projet, le chiffrage, les cessions de droit le cas échéant ainsi que les conditions de paiement.</p> <p>L'évaluation des coûts nécessaires au projet s'inscrit dans une réalité financière.</p> <p>Le chiffrage tient compte des charges, de la fiscalité, des modalités de fonctionnement de la structure.</p> <p>Les contraintes éventuelles, délais de livraison, temps de réalisations sont pris en compte lors de l'élaboration du devis.</p>
<p><b>A1.1</b> Accompagnement et échanges avec le commanditaire de la commande à la validation du projet (idée créative, budget et devis)</p>	<p>C1.4 Présenter une proposition de prestation pour un projet de création graphique ainsi que le budget associé auprès du commanditaire interne/externe et des équipes pluridisciplinaires en explicitant le choix au regard du brief, de la problématique rencontrée et de la cible, de manière à convaincre son auditoire.</p>	<p><b>Mise en situation professionnelle orale / répondre à un appel d'offres :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter sa proposition de prestation ainsi que le budget associé en explicitant ses choix au regard du brief, de la problématique rencontrée et du public cible.</p>	<p>La présentation est convaincante.</p> <p>Le candidat démontre sa maîtrise de la communication verbale, non verbale et paraverbale.</p> <p>La posture et le savoir-être respectent les codes professionnels.</p> <p>Le projet de création graphique apporte une plus-value ou un nouvel éclairage au thème proposé.</p> <p>Le candidat démontre l'intérêt du projet et son adéquation au brief client, à la</p>

			<p>problématique proposée et à la cible identifiée.</p> <p>La maquette budgétaire est réaliste.</p>
<p><b>A1.3</b> Planification du projet de création graphique</p>	<p>C1.5 Planifier le projet de création graphique en identifiant les livrables (intermédiaires et finaux) et les parties prenantes dans le respect de la méthodologie de projet préalablement sélectionnée et du budget alloué, afin d'assurer la réussite du projet dans le respect des délais impartis.</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit :</p> <p>Réaliser un rétroplanning en identifiant les livrables (intermédiaires et finaux) et les parties prenantes dans le respect de la méthodologie de projet préalablement sélectionnée et du budget alloué.</p>	<p>Le rétroplanning proposé est cohérent par rapport aux ressources disponibles, aux attendus du commanditaire et tient compte des délais à respecter.</p> <p>Le rétroplanning intègre les contraintes liées à la méthodologie de projet sélectionnée.</p> <p>Le candidat inclut clairement et distinctement les livrables intermédiaires et finaux.</p> <p>Il propose une clé de répartition entre les ressources internes et les besoins externalisables.</p>

<p><b>Activité 2 : Conception d'un projet de création graphique</b></p>	<p>C2.1 Animer un processus créatif de production et développement d'un projet graphique, auprès d'équipe pluridisciplinaire, en mobilisant des</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter</p>	<p>La méthodologie et les outils utilisés permettent de favoriser l'émergence d'idées.</p>

<p><b>A2.1</b> Développement d'un processus d'idéation et de concepts créatifs</p>	<p>outils et méthodologies adaptés, afin de favoriser l'émergence d'idées créatives.</p>	<p>les résultats d'un processus créatif au moyen de moodbaords, tests graphiques, mindmaps, benchmark.</p>	<p>Les idées proposées sont créatives et innovantes.</p> <p>Les livrables présentés sont de qualité, soignés et recherchés.</p>
<p><b>A2.2</b> Présentation et argumentation des pistes créatives</p>	<p>C2.2 Présenter et argumenter différentes pistes créatives découlant de l'animation d'ateliers créatifs, de l'analyse de l'existant (secteurs connexes) au moyen d'un document de synthèse et / ou pré-projet visuels répondant au brief client afin d'accompagner la prise de décision.</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter un document de synthèse et / ou pré-projet visuel répondant au brief client.</p>	<p>Qualité des éléments visuels produits.</p> <p>Pertinence des différents choix effectués.</p> <p>Les pistes créatives proposées sont innovantes et le candidat démontre son apport en terme de créativité.</p> <p>Pertinence des solutions proposées au regard du brief et de la démarche mise en œuvre.</p>

<p><b>Activité 3 : Production d'un projet de création graphique</b></p> <p><b>A3.1</b> Définition et création de production graphique (motion design, design d'interface, contenu graphique, image...)</p>	<p>C3.1 Définir l'ensemble des productions graphiques ainsi que les médias techniques associés, dans le respect du brief client et de la planification, de manière à de décliner la piste créative préalablement sélectionnée par le commanditaire.</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter un séquençage identifiant l'ensemble des productions graphiques (ex : storyboard,</p>	<p>La définition des éléments de productions et des médias associés tiennent compte des besoins formulés par le commanditaire et de l'ADN du client.</p> <p>Le candidat démontre la traduction de la piste créative dans ses supports</p>
--	---	---	---

		arborescence applicative, plan médias), dans le respect du brief client.	(productions graphiques et médias techniques).  Le séquençage intègre l'ensemble des éléments à produire ainsi que les médias techniques associés. Il est suffisamment précis.
<b>A3.2</b> Création de l'identité visuelle du projet de création graphique	C3.2 Créer les différents éléments constituant l'identité visuelle du projet en formalisant une charte graphique afin de permettre une déclinaison homogène et cohérente sur l'ensemble des supports de communication.	<b>Projet de création graphique :</b>  Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit élaborer une charte graphique exhaustive.	L'identité visuelle reflète les valeurs et la culture du projet de création graphique.  Le style est approprié à l'audience cible  Le design graphique et typographique est en adéquation avec les intentions / les messages que l'on souhaite communiquer.  Le rendu global est esthétique.  La charte graphique établit avec clarté les règles d'usage des différents éléments constituant l'identité visuelle du projet (couleurs, logo, typographie, icônes...)  La charte graphique contient les règles d'adaptation et de déclinaison pour différents supports.
	C3.3 Réaliser un projet de motion design en utilisant des techniques de	<b>Projet de création graphique :</b>	Le message délivré est clair et impactant.

	<p>storytelling et des outils de création et d'animation de contenus afin de communiquer un message dans un format audiovisuel.</p>	<p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit réaliser un projet de motion design en utilisant des techniques de storytelling et des outils de création et d'animation de contenus.</p>	<p>Le scénario est rythmé, les séquences sont équilibrées.</p> <p>Les animations proposées sont au service du message.</p> <p>L'univers graphique est en adéquation avec l'identité visuelle du client.</p> <p>Le style graphique est homogène et cohérent tout au long de la vidéo.</p>
	<p>C3.4 Réaliser un design d'interface en s'appuyant sur l'analyse du cahier des charges et du public cible, et en utilisant des outils de prototypage et de maquettage afin de proposer une expérience utilisateur optimale.</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit refondre ou moderniser un outil de communication numérique (ex : un site web).</p>	<p>La navigation est intuitive.</p> <p>Le candidat hiérarchise l'information de manière à ce qu'elle soit lisible et compréhensible, et qu'elle mette en avant le message clé.</p> <p>Le rendu global est esthétique.</p> <p>La logique d'utilisation et de représentation est homogène et cohérente.</p>
	<p>C3.5 Produire des contenus graphiques et typographiques en utilisant des logiciels adaptés afin de communiquer un message via des supports prints ou digitaux.</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit réaliser un projet graphique de dimension</p>	<p>Respect des règles de mise en page (équilibre, symétrie et asymétrie, masses, marges, blancs tournants et formats, etc...).</p> <p>Organisation rationnelle du texte et de l'image avec la présence de grille</p>

		<p>circonscrite (ex : flyer, publicité, affiche, bannière...) en utilisant les logiciels adaptés.</p>	<p>typographique et polices de caractères, structuration du contenu.</p> <p>Respect des principes de hiérarchie de l'information.</p> <p>Les documents finalisés sont en conformité avec les normes du digital et/ou du print (format informatique des fichiers, mode couleur, poids de fichiers).</p>
<p><b>A3.3</b> Suivi de la production et contrôle de la qualité des livrables</p>	<p>C3.6 A chaque étape de projet, contrôler la qualité artistique de la production en utilisant des outils de suivi et de contrôle, afin de garantir le respect du concept original, des délais et la maîtrise des coûts.</p>	<p><b>Projet de création graphique :</b></p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit produire un document rassemblant les comptes rendus des points d'étape.</p>	<p>Les discordances sont identifiées et des actions correctrices adéquates sont proposées (ex : mise en cohérence d'un élément de communication avec l'identité graphique de la structure ...)</p> <p>Les concepts originaux sont respectés jusqu'aux réalisations finales.</p>

<p><b>Activité 4 : Management d'une équipe projet dans le cadre de la conception et du déploiement d'un projet de création graphique</b></p>	<p>C4.1 Sélectionner les membres de l'équipe projet (internes et externes) en fonction des missions/projets graphiques à réaliser, en collaboration avec la direction des ressources humaines, en veillant à la non-discrimination des</p>	<p><b>Mise en situation professionnelle orale, simulation d'un entretien de recrutement d'un membre de l'équipe :</b></p>	<p>Le candidat traduit correctement les enjeux d'un poste,</p> <p>Il identifie des critères de sélection d'un profil (prétention salariale, expérience, recommandations, diplômes...).</p>
--	--	---	--

<p><b>A4.1</b> Sélection, accompagnement et évaluation des membres d'une équipe pour le déploiement d'un projet de création graphique</p>	<p>candidats, afin de renforcer l'équipe projet.</p>	<p>Dans le cadre d'une simulation d'un entretien de recrutement, le candidat prend le rôle d'un directeur artistique à la recherche d'un collaborateur. Il anime l'entretien. Le candidat fait un debrief des points forts et points faibles du profil présenté.</p>	<p>Il évalue un candidat et émet des préconisations d'amélioration pour une candidature.</p>
	<p>C4.2 Evaluer l'adéquation entre les profils des collaborateurs de l'équipe projet et le besoin en compétences nécessaire à la réalisation d'un projet de création graphique en analysant les profils, les réalisations et performances de chacun de manière à assurer la réussite du projet de création.</p>	<p><b>Analyse réflexive de la pratique professionnelle :</b></p> <p>Dans le cadre d'un projet en équipe portant sur une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit expliciter le rôle de chacun dans l'organisation par rapport au champ d'expertise (mission et responsabilité de chacun, temps accordé...).</p>	<p>Le candidat évalue justement le besoin en compétence de l'équipe projet en prenant en compte les spécificités du projet de création graphique.</p> <p>Explicitation claire du rôle de chacun et des ajustements mis en œuvre tout au long du projet pour remédier aux dysfonctionnements éventuels.</p> <p>Démontre sa capacité à prendre de la hauteur par rapport à un projet mené.</p>
<p><b>A4.2</b> Accompagnement de l'appropriation de la vision du projet / la direction artistique du projet de création graphique</p>	<p>C4.3 Diriger une équipe projet composée d'intervenants internes et externes, en communiquant sur les choix artistiques, en définissant des objectifs SMART, les méthodes et les modalités de mise en œuvre ainsi que les</p>	<p><b>Analyse réflexive de la pratique professionnelle :</b></p> <p>Dans le cadre d'un projet en équipe/ ou des missions en entreprise portant sur un projet de création, le candidat doit déterminer les missions et responsabilités</p>	<p>Le candidat identifie les tâches, missions et responsabilités de chacun des membres de l'équipe projet (intervenants internes ou externes).</p> <p>Il sélectionne les propositions les plus adaptées au projet artistique parmi les solutions apportées par les membres de son équipe.</p>

	indicateurs de performance afin de renforcer l'efficacité collective.	déléguables et le processus de délégation mis en œuvre.	<p>Les objectifs identifiés sont SMART (spécifique, mesurable, atteignable, réalisable et temporellement défini). Son processus de délégation comprend une phase de contrôle et une phase d'évaluation.</p> <p>La communication entre le candidat et les équipes est régulière, chacun des collaborateurs dispose des informations nécessaires à la réalisation de ses livrables.</p> <p>Des contrôles de conformité au cahier des charges/ ou au brief client sont effectués régulièrement pour réorienter les productions si nécessaires.</p> <p>La coordination entre les membres de l'équipe projet permet une bonne productivité afin de tenir les délais impartis.</p>
--	---	---	--

<p><b>Activité 5 : Valorisation de son expertise et des résultats d'un projet créatif</b></p> <p><b>A5.1</b> Création d'un portfolio print et digital</p>	C5.1 Présenter et argumenter les résultats d'un projet de création graphique (les écarts, les réussites, les freins...) auprès des parties prenantes (commanditaire, équipe projet, partenaires...) en élaborant des supports de communication et en rédigeant un argumentaire de manière à convaincre l'ensemble des parties intéressées.	<p><b>Soutenance des résultats d'un projet de création graphique :</b></p> <p>Le candidat présente et argumente dans le cadre d'une soutenance devant un jury professionnel les résultats d'un projet de création graphique en s'appuyant sur des</p>	<p>La présentation explicitant les choix du projet, de la méthodologie de projet utilisée, son déroulé par rapport au scénario initial et aux objectifs préalablement fixés, est convaincante.</p> <p>Le candidat utilise le vocabulaire technique tout en rendant son propos</p>
---	--	---	---

		supports de communication /présentation.	<p>compréhensible par l'ensemble des parties prenantes.</p> <p>Le support de communication utilisé sert la démonstration.</p> <p>Les principaux freins ou objections sont identifiés et une réponse y est apportée.</p> <p>Le candidat fait preuve de hauteur de vue et démontre sa capacité à dialoguer de façon constructive avec ses interlocuteurs.</p>
<b>A5.2</b> Présentation des résultats d'un projet de création graphique	C5.2 Valoriser les projets réalisés au travers de la création d'un portfolio afin de promouvoir son expertise.	<p><b>Mise en situation professionnelle orale, simulation d'entretien d'embauche pour le poste de Directeur artistique :</b></p> <p>Le candidat défend sa candidature en présentant une sélection de ses projets créatifs au travers d'un portfolio.</p>	<p>Le portfolio est sélectif et structuré.</p> <p>Il reflète une identité visuelle personnelle.</p> <p>La présentation orale est structurée et argumentée, le ton est dynamique, le vocabulaire employé est positif.</p> <p>Le candidat met en valeur ses points forts.</p>
<b>A5.3</b> Développement d'un réseau professionnel	C5.3 Développer son réseau professionnel en construisant sa marque personnelle et en définissant sa stratégie de présence sur les médias sociaux afin de se faire connaître.	<p><b>Dossier professionnel :</b></p> <p>Le candidat produit des documents d'auto-communication : cv, carte de</p>	<p>La marque professionnelle est lisible et cohérente.</p> <p>Le parcours professionnel est mis en valeur.</p>

		visite, profil professionnel sur les réseaux sociaux.	Les médias sociaux sont choisis au regard du métier et du secteur d'activité.  Les documents de communication sont de qualité professionnelle.
--	--	---	--