

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.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Activité 1 : Définition d'un projet de création graphique imprimé numérique ou multimédia</p> <p>A1.1 Analyse de la demande d'un commanditaire interne ou externe</p>	<p>C1.1 Analyser la demande d'un commanditaire en animant des entretiens ou des réunions d'échanges, et en collectant des informations sur l'identité, la culture d'entreprise, ses marchés, ses concurrents, ses enjeux, de manière à identifier la problématique du commanditaire ainsi que le périmètre du projet.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 1 : Le brief créatif</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique porté par une entreprise réelle ou fictive le candidat doit analyser la demande et rédiger un brief créatif intégrant un préambule sur la méthodologie d'analyse.</p>	<p>La méthodologie d'analyse de la demande est appropriée compte tenu du contexte et du niveau d'information fourni au départ (entretiens, réunions d'échange, sondage analyse documentaire...)</p> <p>La description et l'analyse du contexte, de la culture, des enjeux, des cibles, des concurrents permettent de cerner la problématique du projet.</p> <p>Les objectifs du projet sont définis et mesurables.</p> <p>Les messages clés que le projet doit communiquer aux cibles et / ou la proposition de valeur en termes d'expérience utilisateur sont précisés.</p> <p>Les contraintes budgétaire, techniques, et temporelles à respecter sont spécifiées.</p>
<p>A1.2 Veille culturelle, artistique, technologique, concurrentielle, et sur les techniques d'éco-conception.</p>	<p>C1.2 Elaborer un dispositif de veille culturelle, artistique, technologique, concurrentielle, et concernant les techniques d'éco-conception :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant les objectifs de veille, - et en mobilisant des méthodologies de recherche, traitement et exploitation de données <p>afin de soutenir le travail exploratoire nécessaire à la conceptualisation du projet de création graphique.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 2 : Rapport de veille</p> <p>Dans le cadre des problématiques soulevées par le projet de création graphique le candidat doit réaliser une veille culturelle, artistique, technologique, concurrentielle, et en matière d'éco-conception (selon les besoins du projet) et présenter dans un rapport :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sa méthodologie de recherche et de sélection des informations 	<p>Les objectifs présentés sont précis, ils permettent de délimiter le champ de recherche.</p> <p>La méthodologie de veille proposée s'articule autour de 3 phases : la collecte de l'information, le tri et la sélection des informations, l'analyse d'impact.</p> <p>L'information collectée provient de sources fiables et crédibles.</p> <p>Les informations sélectionnées sont mises en contexte par rapport à la problématique de</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Son analyse critique des informations collectées. 	<p>design graphique, les opportunités sont identifiées et expliquées (selon les enjeux du projet : sur le plan technique, technologique, artistique, ou en matière d'éco-conception).</p> <p>Les concurrents directs et indirects sont identifiés et leur forces et faiblesses sont analysées.</p> <p>Le candidat fait preuve de pensée critique : il évalue les limites et l'impact potentiel des informations collectées (sur les futurs projets et/ou sur son approche créative).</p>
A1.3 Recherches créatives préliminaires et réalisation d'une planche d'inspiration (ou moodboard)	<p>C1.3 Réaliser des recherches créatives préliminaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en sélectionnant des références visuelles, des sources d'inspiration - et /ou en utilisant l'intelligence artificielle pour générer des images, des illustrations, des modèles... <p>afin de démontrer sa capacité à comprendre et à répondre aux besoins du commanditaire.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 3 : Moodboard accompagné d'une note sur la méthode de réalisation.</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique porté par une entreprise réelle ou fictive, le candidat devra réaliser des recherches créatives préliminaires au moyen de différents outils, il devra sélectionner et compiler ses recherches dans un moodboard, et argumenter dans une note complémentaire ses choix méthodologiques.</p>	<p>Les choix concernant la méthode de réalisation du moodboard (traditionnelle, utilisation de l'intelligence artificielle ou combinaison des deux) sont argumentés au regard des contraintes pesant sur le projet et du résultat attendu (temps, ressources, niveau de précision et de personnalisation souhaité...).</p> <p>Le moodboard présente une cohérence visuelle dans les choix de couleurs, de typographie, de textures, d'images et de mise en page. Les éléments visuels s'harmonisent entre eux.</p> <p>Le moodboard reflète l'identité du projet ou de la marque pour laquelle il est créé. Il doit capter l'essence, l'atmosphère et les valeurs du projet.</p> <p>Le moodboard répond aux exigences et aux objectifs énoncés dans le brief du projet.</p>
A1.4 Estimation des coûts et formalisation du devis d'une prestation de création graphique.	<p>C1.4 Evaluer les coûts d'une prestation de création graphique dans le cadre de l'élaboration d'un devis, en prenant en compte l'ensemble des contraintes organisationnelles, matérielles et fiscales, de manière à obtenir l'approbation finale du commanditaire.</p>	<p><u>Etude de cas</u></p> <p>Livrable 1 : Devis d'une prestation graphique</p>	<p>Le devis comprend les éléments suivants : les mentions obligatoires, les étapes de réalisation du projet, le chiffrage (temps de réalisation/coûts), les cessions de droits (reproduction, représentation, adaptation, diffusion...), ainsi que les conditions de paiement.</p>

		<p>Dans le cadre d'une demande de prestation de design graphique (ex : création d'identité visuelle, motion design ou de design d'interface.) émanant d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit évaluer les coûts de la prestation et élaborer le devis.</p>	<p>L'évaluation du temps de travail nécessaire pour réaliser la prestation créative (conception, développement, révisions, ajustements) prend en compte l'expérience, les compétences et la complexité du projet.</p> <p>L'évaluation des coûts s'inscrit dans une réalité financière au regard des standards du marché.</p> <p>Le chiffrage tient compte des charges, de la fiscalité, des modalités de fonctionnement de la structure.</p>
<p>A1.5 Présentation d'une proposition de prestation pour un projet de création graphique.</p>	<p>C1.5 Présenter une proposition de prestation pour un projet de création graphique en explicitant les choix au regard du brief, de la problématique rencontrée et de la cible, en précisant les étapes de réalisation et en argumentant le budget associé, de manière à convaincre le commanditaire interne/externe.</p>	<p><u>Etude de cas :</u></p> <p>Livrable 2 : Proposition de prestation chiffrée incluant un planning prévisionnel</p> <p>Dans le cadre d'une demande de prestation de design graphique (ex : création d'identité visuelle, motion design ou de design d'interface.) émanant d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter une proposition de prestation chiffrée incluant un planning prévisionnel. Il devra argumenter ses choix au regard du brief, de la problématique rencontrée et du public cible.</p>	<p>La présentation est structurée de manière logique, le message est clair et précis (absence d'ambiguïté ou de confusion).</p> <p>L'intérêt du projet, l'adéquation au brief client, à la problématique et à la cible sont démontrés.</p> <p>La justification et l'argumentation des coûts est convaincante (ex : explication des étapes, des ressources nécessaires, des compétences requises, mise en avant de l'expertise, comparaison avec des références du marché pour des prestations similaires...).</p> <p>La méthodologie de conduite du projet est clairement définie (grands jalons, dates clés, points d'étapes, comité de pilotage...)</p>
<p>Activité 2 : Conceptualisation d'un projet de création graphique imprimé, numérique ou multimédia</p>	<p>C2.1 Collecter et analyser des informations sur le public cible ou public d'utilisateurs en menant des études qualitatives (interviews, observations, analyse des avis et commentaires sur le web...) et</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 4 : Rapport d'enquête sur le public cible</p>	<p>La méthodologie et les moyens mobilisés sont adaptés au regard du public cible et des contraintes (temps, ressources).</p>

<p>A2.1 Analyse des spécificités, des attentes et des besoins du public cible ou public d'utilisateurs</p>	<p>quantitatives (enquêtes, baromètre), afin d'établir les profils types (persona) constituant le public cible/ou public d'utilisateurs.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet de création graphique porté par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit conduire des enquêtes qualitatives et quantitatives pour cerner les spécificités, attentes et besoins du public cible et établir les persona. Il présente dans un rapport d'enquête : la méthodologie employée, les questionnaires d'enquête et d'interview, ainsi que les persona.</p>	<p>Les questions sont neutres et n'influencent pas la réponse.</p> <p>Les données recueillies sont utiles et exploitables (taux de réponses, nombres d'entretiens...).</p> <p>La description des persona se basent sur les éléments suivants : CSP, portraits sociologiques, localisation géographique, goûts, habitudes de consommation et/ ou d'utilisation.</p> <p>Les objectifs que les cibles ou utilisateurs cherchent à atteindre sont identifiés.</p> <p>Les contraintes et les obstacles auxquels les cibles ou/ utilisateurs peuvent être confrontés sont identifiés (accessibilité, inclusion, restriction techniques...).</p>
<p>A2.2 Animation d'un processus créatif</p>	<p>C2.2 Animer un atelier d'idéation auprès d'une équipe pluridisciplinaire et du commanditaire en mobilisant les outils et méthodologies de co-construction afin d'identifier des pistes créatives.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 5 : Dossier créatif / Partie 1 : Présentation de la méthode et des résultats d'un atelier d'idéation</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique porté par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit participer à un atelier d'idéation. Il présente dans un dossier créatif la méthodologie d'idéation, les résultats de l'atelier par le biais des différents supports visuels produits, et argumente les éléments de concept retenus.</p>	<p>La méthodologie et les outils proposés permettent de favoriser la libre expression et l'émergence d'idées créatives.</p> <p>Les résultats de l'atelier d'idéation témoignent de la richesse des apports des participants.</p> <p>Les idées sont sélectionnées en fonction de leur potentiel, leur originalité, leur faisabilité, leur adéquation par rapport au brief, et par rapport aux besoins/ attentes/ spécificités du public cible ou public d'utilisateurs.</p> <p>Les pistes créatives sont formalisées au travers de différents supports visuels, et sont argumentées : leur potentiel, leurs points forts/ et avantages sont expliqués.</p>

<p>A2.3 Définition de la ligne artistique d'un projet de création graphique</p>	<p>C2.3 Concevoir les principales composantes d'un design graphique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en réalisant les approches du logo, de la typographie, et de l'iconographie - en définissant la gamme de couleur - en utilisant des logiciels appropriés <p>afin de déterminer et valider la ligne artistique d'un projet de design graphique.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 5 : Dossier créatif / Partie 2 : Définition de la ligne artistique d'un projet de création graphique.</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique porté par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit déterminer la ligne artistique. Il présente dans un dossier créatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les approches du logo, de la typographie, et de l'iconographie - la définition de la gamme de couleur 	<p>Le logo est en adéquation avec l'identité et les valeurs de l'organisation concernée.</p> <p>Le logo se démarque de la concurrence : il se distingue clairement des autres logos existants.</p> <p>Le logo est lisible, même à petite taille, et versatile (adaptable à différents fond, contexte, en noir et blanc).</p> <p>La typographie est lisible et adaptable à différents supports : les caractères sont clairs et faciles à lire, même à différentes tailles et dans différents contextes.</p> <p>La typographie est en harmonie avec les autres éléments du design, elle reflète l'ambiance, le ton et l'identité du projet.</p> <p>Les signes graphiques sont accessibles, facilement identifiables et compréhensibles pour le public cible.</p> <p>Le style graphique des icônes est en accord avec l'esthétique globale du design.</p> <p>La gamme de couleur est en accord avec l'ambiance, les valeurs et l'identité du projet.</p>
<p>A2.4 Optimisation de l'impact environnemental du projet de création graphique.</p>	<p>C2.4 Analyser le cycle de vie du concept créatif retenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en considérant les différentes étapes du processus : création, production, transport, utilisation du design graphique, recyclage... - en s'appuyant sur différents indicateurs environnementaux - et en identifiant les leviers d'optimisation du projet de création graphique 	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 5 : Dossier créatif / partie 3 : Préconisations pour réduire l'impact environnemental du projet de création graphique</p> <p>A partir des éléments de concept retenus le candidat doit analyser le cycle de vie du projet et proposer des solutions ou</p>	<p>Les différentes étapes du cycle de vie du design graphique sont analysées : conception, production, utilisation...</p> <p>Les indicateurs environnementaux identifiés sont adaptés à la nature du projet de création graphique : consommation d'énergie, émissions de carbone, l'utilisation de matériaux, de ressources naturelles, déchets générés, durée de vie...</p>

	afin de réduire son empreinte sur l'environnement.	ajustements pour minimiser l'impact environnemental du projet de création graphique. Il présente ces préconisations dans un dossier créatif.	Les solutions d'optimisation de l'impact environnemental sont concrètes, réalistes, et adaptées aux spécificités du projet graphique (ex : choix des matériaux durables, utilisation d'équipements et de technologies économes en énergie, design éco-responsable, recyclage des déchets, impression responsable, collaboration avec des partenaires et fournisseurs engagés...)
A2.5 Présentation d'un concept graphique auprès d'un commanditaire interne ou externe	C2.5 Présenter un concept graphique éco-responsable au moyen d'un document de synthèse et / ou de préprojets visuels répondant au brief client afin d'accompagner la prise de décision.	<p>Projet de création graphique</p> <p>Livrable 5 : Dossier créatif / Partie 4 Concept graphique éco-responsable</p> <p>A partir des préconisations formulées pour minimiser l'impact environnemental du projet de création graphique, le candidat présente et argumente une alternative éco-responsable au moyen de pré-projets visuels répondant au brief client.</p>	<p>Les enjeux environnementaux liés au projet de création graphique sont expliqués.</p> <p>Les solutions proposées pour réduire l'empreinte écologique sont argumentées.</p> <p>Les avantages du concept graphique éco-responsable sont mis en avant (ex : élément de différenciation, valorisation de l'image de marque, économies réalisées en raison de l'utilisation de matériaux recyclés...)</p> <p>Le concept graphique éco-responsable est en adéquation avec l'identité de la marque ou du projet et répond au brief du commanditaire.</p> <p>Les bonnes pratiques en matière de design inclusif sont intégrées (ex : choix des typographies et des signes, contraste, éléments de guidage mis en évidence.)</p>
<p>Activité 3 : Management d'un projet et d'une équipe créative</p> <p>A3.1 Recrutement des membres internes et externes d'une équipe créative</p>	<p>C3.1 Constituer une équipe projet pluridisciplinaire (graphiste, illustrateur, motion designer, web designer, UX/UI designer...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en sélectionnant des profils parmi les collaborateurs internes - et ou en procédant au recrutement de collaborateurs ou prestataires externes, 	<p>Projet de création graphique</p> <p>Livrable 6 : Rapport d'analyse réflexive / Partie 1 : Présentation de la constitution de l'équipe projet</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée</p>	<p>Les besoins en compétence découlant du projet de création graphique sont identifiés et explicités : le candidat s'appuie sur les différentes étapes du projet et les livrables à produire pour identifier le besoin en compétence.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - en veillant à la non-discrimination et à l'inclusion des personnes en situation de handicap <p>afin de répondre aux besoins en compétences des projets de création graphique.</p>	<p>portant sur la constitution d'une équipe projet, le candidat doit réaliser une analyse réflexive de sa pratique professionnelle dans laquelle il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter le besoin en compétence lié au projet et expliciter la façon dont l'équipe a été constituée, - Présenter les différents profils constituant l'équipe et la valeur ajoutée de chacun d'eux - Analyser ce qui a été mis en œuvre pour favoriser l'inclusion des différentes parties prenantes, et le cas échéant lorsque cela s'est présenté, les moyens mis en œuvre pour faciliter l'inclusion de personnes en situation de handicap. 	<p>Les modalités de constitution de l'équipe sont présentées (équipe imposée ou choisie) ainsi que les avantages et les risques associés (en termes de niveau de savoir-faire, cohésion, motivation, communication, conflits).</p> <p>La valeur ajoutée de chacun des membres de l'équipe au regard des objectifs du projet est expliquée en s'appuyant sur des éléments objectifs et factuels (savoir-faire, expérience, réalisations concrètes...)</p> <p>L'analyse des moyens mis en œuvre pour favoriser l'inclusion des membres de l'équipe (ex : diversité culturelle, situation de handicap, distance géographique...) met en évidence les points forts, les manquements, les impacts sur le projet, et intègre des préconisations pour améliorer l'inclusion dans les futurs projets.</p>
<p>A3.2 Pilotage d'un projet de création graphique</p>	<p>C3.2 Piloter un projet de création graphique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en déterminant la planification du projet, les indicateurs de performance, les outils de gestion de projet associés - en assurant le suivi tout au long du projet <p>afin de produire la création graphique dans le respect des délais impartis et du cahier des charges.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 6 : Rapport d'analyse réflexive / Partie 2 : Présentation de la méthodologie de gestion de projet</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée portant sur la conduite d'un projet de création graphique, le candidat doit réaliser une analyse réflexive de sa pratique professionnelle dans laquelle il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter et argumenter les choix concernant la planification du projet, les indicateurs de performance et de qualité, les outils de suivi sélectionnés - Présenter les ajustements qui ont été faits au cours du projet 	<p>La méthodologie de planification de projet, et les outils de suivi associés, sont sélectionnés en fonction des besoins spécifiques du projet, de la complexité du projet et de sa portée.</p> <p>Le séquençage des tâches dans le temps est logique et prend en compte les dépendances entre les tâches.</p> <p>L'estimation du temps nécessaire pour réaliser chaque tâche est réaliste : elle tient compte des ressources disponibles, de l'expérience antérieure, et des contraintes du projet.</p> <p>Les indicateurs de performance sélectionnés sont appropriés au regard des contraintes du projet (ex : respect des délais, respect du</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Déterminer la façon dont il va capitaliser cette expérience afin d'améliorer le pilotage des projets à venir. 	<p>budget, taux d'achèvement des tâches, satisfaction client...)</p> <p>Les ajustements dans la conduite du projet, et les actions correctives présentés sont appropriés au regard des situations rencontrées (changements dans les ressources, changement des attentes client, risques non anticipés...)</p> <p>L'analyse de l'expérience du candidat fait émerger les bonnes pratiques à reproduire, les axes d'améliorations et les points de vigilances pour la gestion des projets à venir.</p>
A3.2 Management d'une équipe créative	<p>C3.3 Diriger une équipe projet composée d'intervenants internes et/ ou externes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - en communiquant sur les enjeux et les orientations artistiques des projets - en définissant les rôles, les objectifs, et les modalités d'organisation du travail (réunions, moyens techniques, outils collaboratifs...) - et en adaptant ses méthodes managériales aux différentes formes de diversités (handicap, profil, autonomie.), afin de maintenir l'engagement individuel et collectif. 	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 6 : Rapport d'analyse réflexive / Partie 3 : Présentation de la méthodologie de management de l'équipe créative.</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée portant sur le management d'une équipe projet, le candidat doit réaliser une analyse réflexive de sa pratique professionnelle dans lequel il doit expliciter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs fixés lors de l'élaboration du projet, et la façon dont il a accompagné l'appropriation de ces objectifs par l'équipe - Le rôle de chacun des membres de l'équipe et leur réalisation personnelle dans un contexte d'un projet collectif - Une problématique managériale rencontrée dans le cadre du projet collectif, et sa résolution (ex : divergence créative, conflit, difficulté de communication, de collaboration...) et ses préconisations pour les futurs projets 	<p>Les objectifs sont clarifiés : les enjeux, les délais, et les ressources sont communiqués aux membres de l'équipe.</p> <p>L'assignation des tâches, missions et responsabilités est réalisée en tenant compte des compétences de chacun des membres de l'équipe.</p> <p>La répartition des tâches est équilibrée entre les membres de l'équipe de manière à éviter les surcharges ou les sous-utilisations.</p> <p>L'analyse de la problématique managériale contient l'identification des causes, des impacts, et des risques.</p> <p>La démarche de résolution présentée est appropriée au regard du contexte et de la problématique.</p> <p>L'analyse de l'expérience du candidat fait émerger les bonnes pratiques à reproduire, les axes d'améliorations et les points de vigilances pour la gestion des projets à venir.</p>

<p>Activité 4 : Production d'un projet de création imprimé numérique ou multimédia</p> <p>A4.1 Formalisation de l'identité visuelle d'une marque d'un projet ou d'une organisation et création d'une charte graphique</p>	<p>C4.1 Formaliser l'identité visuelle d'une marque, d'un projet, ou d'une organisation en finalisant les différents éléments de design graphiques et typographiques, en intégrant les bonnes pratiques en matière de design inclusif, et en créant la charte graphique, afin de permettre une déclinaison homogène et cohérente sur l'ensemble des supports de communication.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 7 : Charte graphique</p> <p>Dans le cadre d'une demande de prestation émanant d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit élaborer une charte graphique exhaustive.</p>	<p>La charte graphique est en accord avec l'identité de la marque, du projet ou de l'organisation.</p> <p>La charte graphique établit avec clarté les règles d'usage des différents éléments constituant l'identité visuelle du projet (couleurs, logo, typographie, icônes...).</p> <p>La charte graphique prend en compte les enjeux d'accessibilité en utilisant des couleurs contrastées et des éléments visuels facilement distinguables.</p> <p>La charte graphique contient les règles d'adaptation et de déclinaison pour différents supports.</p>
<p>A4.2 Réalisation d'un motion design</p>	<p>C4.2 Réaliser un projet de motion design en concevant le scénario, en utilisant des outils de création et d'animation de contenus, et en adoptant les bonnes pratiques en matière d'accessibilité afin de capter l'attention d'un public cible.</p>	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 8 : Motion design</p> <p>Dans le cadre d'une demande de prestation émanant d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit produire un motion design finalisé.</p>	<p>Le motion design communique efficacement le message au public cible.</p> <p>Le scénario est en adéquation avec les objectifs la vision du projet et les valeurs de l'entité.</p> <p>L'animation est rythmée, fluide, les séquences sont équilibrées, et synchronisées avec la musique et ou la narration.</p> <p>Les animations sont au service du message.</p> <p>L'univers graphique est homogène et en adéquation avec l'identité visuelle du projet/ du client.</p> <p>Des solutions pour favoriser l'inclusion des personnes en situation de handicap sont mises en place : sous-titres, descriptions audio, éléments visuels et sonores qui facilitent la compréhension pour différents publics...</p>

			Les formats, la taille et la définition des fichiers sont adaptés au regard des canaux de diffusion choisis.
A4.3 Réalisation d'un design d'interface	C4.3 Réaliser un design d'interface en s'appuyant sur l'analyse du cahier des charges et du public d'utilisateurs, en utilisant des outils de prototypage et de maquettage, et en intégrant les bonnes pratiques en matière de design éco-responsable et de design inclusif, afin de proposer une expérience utilisateur optimale.	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 9 : Design d'interface</p> <p>Dans le cadre d'une demande de prestation émanant d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit refondre ou moderniser un outil de communication numérique (ex : un site web).</p>	<p>Le design d'interface est en adéquation avec le cahier des charges ou brief client.</p> <p>Le design d'interface respecte les normes d'accessibilité (RGA).</p> <p>Les techniques de design éco-responsable sont appliquées (conception épurée, limitation des éléments visuels superflus, optimisation des fichiers, palette de couleur économe en énergie, polices optimisées...)</p> <p>La navigation est intuitive (standard du web, menu, bouton, champs de saisie...)</p> <p>Les éléments visuels sont homogènes et cohérents sur tous les écrans (consistance graphique).</p> <p>Les éléments visuels sont adaptés aux différents supports (PC, mobile, tablette...)</p> <p>Les éléments visuels sont correctement traités et adaptés pour le digital (couleurs, typographies, espacements, grille de composition)</p>
A4.4 Production de supports de communication print et web	C4.4 Produire des supports de communication print et web : - en réalisant les contenus graphiques, typographiques et la mise en page au moyen de logiciels adaptés	<p><u>Projet de création graphique</u></p> <p>Livrable 10 : Déclinaison de supports de communication</p>	Les différents éléments graphiques et typographiques sont accord avec l'identité visuelle du projet ou de la marque.

	<ul style="list-style-type: none"> - et en intégrant les bonnes pratiques en matière de design éco-responsable et de design inclusif <p>afin de véhiculer un message auprès d'un public cible.</p>	<p>Dans le cadre d'une demande de prestation émanant d'une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit produire une déclinaison de supports de communication de dimension circonscrite (ex : flyer, publicité, affiche, bannière...) en utilisant les logiciels adaptés.</p>	<p>Les règles de mise en page sont respectées (équilibre, symétrie et asymétrie, masses, marges, blancs tournants et formats, etc...).</p> <p>Le texte et les images sont placés sur la grille de composition et permettent au contenu d'être hiérarchisé et organisé.</p> <p>Les éléments visuels, les typographies, les couleurs et les contrastes utilisés facilitent l'accessibilité pour un large public.</p> <p>La campagne (le concept et sa déclinaison sur les différents supports) est impactante : le message est clair et mis en valeur.</p> <p>Les documents finalisés (exports) sont en conformité avec les normes du digital et/ou du print (format informatique des fichiers, profil colorimétrique, poids de fichiers).</p>
<p>Activité 5 : Développement d'une activité de direction artistique</p> <p>A5.1 Définition de son offre de service</p>	<p>C5.1 Définir son positionnement professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - en évaluant l'adéquation de son profil avec les opportunités du marché - en déterminant son offre de prestation, sa valorisation et le cadre d'exercice (salarial, freelance ou entrepreneuriat) <p>afin de lancer son activité artistique</p>	<p><u>Projet professionnel</u></p> <p>Livrable : Dossier de projet professionnel/ Partie 1: Présentation du projet professionnel</p> <p>Dans le cadre du lancement d'une activité de direction artistique, le candidat présente son projet professionnel dans un dossier.</p> <p>Dans une première partie, il présente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Son objectif professionnel - L'analyse du marché cible - La présentation argumentée de son offre de prestation, de sa valorisation et du cadre d'exercice envisagé 	<p>L'objectif professionnel est réaliste et atteignable dans les délais envisagés.</p> <p>L'étude de marché détaille : les types de prestation les plus couramment sous-traités ou recherchés par les clients, les caractéristiques des clients/ ou employeurs potentiels, les concurrents, les éventuels risques liés à son projet.</p> <p>La définition de l'offre de service est cohérente avec le champ de compétences/ d'expertise du candidat et avec les intérêts des cibles.</p> <p>La stratégie retenue pour s'insérer sur le marché et développer son activité est adaptée au regard des cibles client (dans le cas où le candidat envisage de lancer une activité indépendante : le choix du statut juridique est argumenté compte tenu du chiffre d'affaires prévisionnel,</p>

			<p>des enjeux en termes de fiscalité, et de responsabilité légale).</p> <p>La valorisation de l'offre de service est correctement estimée : - Dans le cas d'une activité salarié le candidat détermine son niveau de rémunération cible en tenant compte de son expérience, de ses compétences et des fourchettes de salaire pratiquées - Dans le cas d'une activité indépendante, la tarification envisagée est concurrentielle et permet de réaliser un profit.</p>
A5.2 Elaboration d'une stratégie de promotion de sa marque personnelle	C5.2 Promouvoir son identité professionnelle et les projets réalisés en déterminant les messages, les supports et les canaux de communication (portfolio, blog, publications sur les réseaux...) afin de développer sa notoriété et son image de marque.	<p><u>Projet professionnel</u></p> <p>Livrable : Dossier de projet professionnel/ Partie 2 : Stratégie de promotion de sa marque personnelle (<i>ligne éditoriale et portfolio</i>)</p> <p>Dans le cadre du lancement d'une activité de direction artistique, le candidat présente son projet professionnel dans un dossier.</p> <p>Dans la deuxième partie, il explicite la stratégie de promotion de sa marque personnelle en présentant sa ligne éditoriale et son portfolio.</p>	<p>Le message est en accord avec l'image de marque professionnelle et les valeurs que le candidat souhaite véhiculer.</p> <p>Le langage utilisé est adapté au public cible en termes de tonalité, de style et de niveau de langue.</p> <p>Le choix des actions de communication et des canaux est cohérent au regard des cibles et des objectifs.</p> <p>La présentation du portfolio est soignée, structurée et professionnelle.</p> <p>Le candidat met en valeur ses points forts, ses compétences, ses réalisations ainsi que les spécificités constituant sa marque personnelle.</p>
A5.3. Développement d'un réseau de partenaires et d'un portefeuille client.	C5.3 Développer son réseau de partenaires et de contacts clients en mettant en place des techniques de réseautage (participation à des événements, conférences, salons professionnels...), et en menant des actions de prospection, afin d'élargir le rayonnement de son activité.	<p><u>Projet professionnel</u></p> <p>Livrable : Dossier de projet professionnel/ Partie 3 : Stratégie de développement d'un réseau professionnel.</p>	<p>Les objectifs de développement et les segments de marché prioritaires sont clairement définis.</p> <p>Le sourcing répertorie des partenaires et contacts appropriés au contexte, aux activités et à l'environnement professionnel de l'entreprise.</p>

		<p>Dans le cadre du lancement d'une activité de direction artistique, le candidat présente son projet professionnel dans un dossier.</p> <p>Dans la troisième partie, il présente sa stratégie de développement d'un réseau professionnel incluant sa méthodologie de recherche et de ciblage (sourcing).</p>	<p>La stratégie d'acquisition de nouveaux contacts est adéquate au regard du public cible (approche, communication, canaux...)</p>
--	--	---	--