

**PHOTOGRAPHE ENTREPRENEUR
RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'ÉVALUATION**

Synoptique du référentiel

<p align="center">Bloc de compétences 1 Conception et préparation de projets photographiques</p>	<p align="center">Bloc de compétences 2 Réalisation et livraison de projets photographiques</p>	<p align="center">Bloc de compétences 3 Création et pilotage d'une entreprise de photographie</p>	<p align="center">Bloc de compétences 4 Pilotage et développement d'une stratégie de communication, marketing et commerciale d'une entreprise de photographie</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analyse d'une commande ou définition d'une idée originale d'auteur, en vue de la préparation d'un projet photographique • Conception et présentation de propositions photographiques créatives • Dimensionnement de projets photographiques • Préparation de prises de vue dans le cadre de projets photographiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Supervision de l'organisation d'une prise de vue en studio ou en extérieur, en tant que photographe dirigeant un projet photographique • Réalisation de prises de vue photographiques en studio ou en extérieur • Réalisation et/ou supervision des étapes de post-production de projets photographiques, jusqu'à la livraison au client • Organisation et valorisation de son fonds photographique 	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'une activité professionnelle de photographie • Construction d'un plan d'affaires ou "business plan" • Encadrement juridique des relations avec ses clients, en appliquant la réglementation relative à la profession de photographe et à la photographie en tant qu'objet • Positionnement d'une offre photographique distinctive et éthique, sur un marché cible • Pilotage au quotidien de la gestion financière d'une activité de photographe indépendant 	<ul style="list-style-type: none"> • Conception et développement d'une stratégie de communication et de marketing • Définition de la stratégie commerciale • Mise en œuvre d'une veille stratégique, opérationnelle, et prospective

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
Bloc de compétences 1 : Conception et préparation de projets photographiques			
A.1.1. Analyse d'une commande ou définition d'une idée originale d'auteur, en vue de la préparation d'un projet photographique Le photographe entrepreneur doit analyser précisément les exigences spécifiques d'un client ou définir des concepts originaux, dans le but d'élaborer des propositions photographiques cohérentes et novatrices, alignées sur la vision artistique et les attentes de ses clients ou propres projets.	C1. Analyser le brief d'une commande photographique, au moyen d'échanges avec le(s) client(s) concerné(s), afin de s'assurer de la prise en compte de la demande, des contraintes et des attentes liées à un projet photographique.	ME1 : Epreuve individuelle de conception et de préparation d'un projet photographique A partir d'une idée originale proposée par chaque candidat, on demande à celui-ci de réaliser plusieurs livrables, puis de présenter ceux-ci oralement devant un jury de professionnels. Le candidat présente un livret d'éléments de preuves, et d'analyse artistique, technique et réflexive incluant : <ul style="list-style-type: none"> - une présentation de l'idée originale du projet et de son évolution, mettant en évidence les concepts créatifs et esthétiques défendus (moodboard ou note d'intention), 	L'intention et l'objectif du projet photographique sont clairement (re)formulés. La demande est traduite en besoins et attentes fidèles au projet présenté. Les contraintes sont identifiées et fidèles à la réalité exprimée initialement.
	C2. Définir les intentions et objectifs d'une idée originale développée en tant qu'auteur photographe, en se documentant et en s'informant sur le sujet choisi et son contexte, pour présenter le projet à des acheteurs potentiels (marques, magazines, journaux, banques d'images, galeries d'art notamment).		Les recherches associées sont synthétisées et permettent d'illustrer les intentions et objectifs de l'idée originale.
	C3. Apporter les premiers éléments de réponse à un client en lui		Les pistes de réalisation :

	<p>proposant des pistes de réalisation et un contexte d'exécution d'un projet photographique, pour répondre à ses attentes en termes d'impact artistique et/ou de communication.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les recherches associées, portant sur le sujet choisi et son contexte, - une étude de faisabilité portant sur le budget, les délais et les contraintes de réalisation, et leur possible évolution, - son retour d'expérience concernant la constitution de l'équipe type technique et artistique, les moyens techniques nécessaires à la réalisation, la contractualisation avec des tiers, ainsi que la couverture du contexte légal, concernant en particulier l'obtention des autorisations et accréditations. 	<ul style="list-style-type: none"> - répondent aux promesses initiales en termes d'impact artistique et/ou de communication, - sont créatives : originales, suscitant une réaction émotionnelle ou intellectuelle, impactantes. <p>Les ressources proposées respectent les contraintes techniques, logistiques et budgétaires liées à la réalisation du projet photographique.</p>
<p>A.1.2. Conception et présentation de propositions photographiques créatives</p> <p>Le photographe doit formuler sa vision créative, pour inspirer et guider le processus de création. Il dispose pour cela de différents outils :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Un moodboard, qui est un outil visuel compilant des images, croquis, palettes de couleurs, des typographies notamment, organisés sous forme de planches de tendances visuelles, dans le but de représenter une idée, un concept ou une ambiance.</i> 	<p>C4. Concevoir une proposition créative en élaborant un moodboard ou une note d'intention, afin de valider avec le client concerné, l'univers visuel et artistique d'une future réalisation photographique.</p>	<p>Lors de la séance d'échange avec le candidat, le jury complète son évaluation par des questions portant sur : les relations avec les modèles, stylistes, maquilleurs, coiffeurs, personnes en situation de handicap, ou coaches enfants, lorsque ces cas ne se sont pas présentés dans le projet du candidat.</p>	<p>Les axes créatifs et partis pris recherchés sont illustrés de plusieurs façons, sur plusieurs supports.</p> <p>Les supports et le moodboard en particulier illustrent l'univers visuel et artistique de la réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ils sont à la fois représentatifs de la culture et de l'identité du projet, et le reflet de la signature visuelle du photographe, - le moodboard aide à transmettre une vision précise :

<ul style="list-style-type: none"> - Une note d'intention, qui décrit les objectifs artistiques, conceptuels et techniques. Elle peut inclure des informations sur le sujet du projet, le style photographique, les techniques et équipements, ainsi que les émotions ou les messages à transmettre. - Un storyboard (ou chemin de fer), qui est un ensemble de séquences d'images ou de croquis, utilisé pour planifier et visualiser la narration visuelle d'une vidéo, lorsqu'il travaille également avec ce support. <p>Ces outils servent à clarifier un concept, à explorer des options esthétiques, à présenter une proposition à un client, ou à communiquer des idées aux membres d'une équipe projet.</p>			<p>toutes les images, couleurs, textures et éléments graphiques du moodboard sont en harmonie et reflètent un thème ou une ambiance claire et bien définie,</p> <ul style="list-style-type: none"> - les éléments du moodboard sont bien organisés, accompagnés de légendes ou de notes explicatives si nécessaire. <p>La note d'intention présente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une synthèse des analyses et études préalables au projet - la vision créative et les paramètres du projet photographique.
<p>Les moodboards sont plutôt utilisés pour les photographies commerciales et les notes d'intention pour les photographies documentaires.</p>	<p>C5. Présenter à un client ou à un financeur la maquette visuelle d'un projet de réalisation photographique, en argumentant sur les partis-pris conceptuels, pour obtenir son adhésion et la formalisation de son accord.</p>		<p>La présentation orale est claire, rigoureuse et argumentée.</p> <p>Les choix esthétiques et artistiques sont perceptibles, justifiés et mis en valeur par la maquette proposée.</p> <p>Le candidat montre son appropriation de références culturelles, sa créativité et son</p>

			engagement dans l'exploration de nouvelles voies.
<p>A.1.3. Dimensionnement de projets photographiques</p> <p>Le photographe entrepreneur doit réaliser l'étude de faisabilité des projets photographiques qu'il mène.</p> <p>Pour ce faire, il analyse les aspects logistiques et financiers, afin de produire un plan d'actions, un budget et un planning prévisionnels.</p> <p>Il met alors en œuvre des techniques de gestion de projet, car tous ces éléments sont interdépendants.</p>	<p>C6. Évaluer les contraintes logistiques et financières d'un projet photographique, en se basant sur les intentions et objectifs de celui-ci, afin de produire un plan d'actions et un budget prévisionnel.</p>		<p>Les étapes essentielles du projet sont définies de façon claire et rigoureuse, dans un plan d'actions.</p> <p>Le budget prévisionnel tient notamment compte de l'estimation des ressources nécessaires, des frais de fonctionnement, des coûts d'obtention de droits.</p> <p>Les propositions entrent dans le cadre du budget imparti.</p>
<p>Plus précisément, sa gestion de projet doit intégrer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les ressources (telles que le lieu, le matériel, les moyens techniques, les intervenants, objets et décors), - le fonctionnement (déplacements, location de matériel, espaces, équipes de production, intervenants), - le cadre réglementaire et les coûts d'obtention de droits d'image, de droits d'auteur, etc., - d'autres dépenses spécifiques. 	<p>C7. Évaluer les délais de réalisation d'une prestation photographique, en identifiant les jalons du projet et en produisant un rétroplanning des étapes nécessaires, pour s'assurer que les délais prévisionnels correspondent bien au calendrier initial demandé.</p>		<p>Le rétroplanning est complet, clair et légendé.</p> <p>Les propositions entrent dans le cadre de départ du projet : délais impartis.</p> <p>Elles sont réalistes et réalisables.</p>

<p>A.1.4. Préparation de prises de vue dans le cadre de projets photographiques</p> <p>Le photographe entrepreneur doit identifier et sélectionner une variété de professionnels pluridisciplinaires, plus ou moins importante selon la nature et la taille du projet. Il s'agit, de façon non exhaustive, de/d'un :</p> <ul style="list-style-type: none"> - assistant photographe : responsable de l'équipement et de l'éclairage, - modèles, - styliste : il choisit les vêtements, accessoires et décors des prises de vue, - maquilleur, coiffeur, - autres experts spécifiques liés aux besoins des modèles, à la présence d'animaux, ou au respect des lieux. 	<p>C8. Constituer l'équipe type technique et artistique d'un projet photographique, afin de s'assurer de la mise en présence des compétences nécessaires à la future réalisation du projet.</p>		<p>La liste des domaines de compétences ou d'expertises à solliciter est exhaustive selon le projet mené : elle comprend par exemple des professionnels de l'équipement et de l'éclairage, un ou des modèles, un styliste, un maquilleur, un coiffeur, un expert du handicap, un coach enfant, un référent lié au lieu de prises de vue.</p> <p>Le retour d'expérience concernant la constitution d'une équipe type explicite les difficultés rencontrées et les solutions apportées.</p>
<p>Dans cette phase, il est essentiel pour le photographe entrepreneur de respecter les lois, règlements et principes éthiques qui encadrent la pratique de la photographie, en veillant à obtenir les autorisations nécessaires et à agir de manière responsable et respectueuse envers</p>	<p>C9. Sélectionner le matériel technique nécessaire à une prise de vue photographique, en s'assurant de la contractualisation avec des tiers et sous-traitants, dans le respect de la réglementation applicable, afin de s'assurer de la faisabilité technique et opérationnelle d'une prise de vue photographique.</p>		<p>Le matériel nécessaire est sélectionné en fonction des exigences spécifiques du projet.</p> <p>Les contrats de sous-traitance sont établis en définissant les responsabilités, les délais, les coûts et les conditions de collaboration.</p>

<p>les personnes photographiées et les lieux où les prises de vue ont lieu.</p>	<p>C10. Obtenir les autorisations et accréditations nécessaires auprès des entités concernées, préalablement à un projet photographique, pour couvrir le contexte légal et réglementaire d'une prise de vue.</p>		<p>Les droits à l'image des personnes photographiées sont respectés : les autorisations nécessaires à leur utilisation notamment commerciale sont recueillies.</p> <p>Le consentement éclairé des personnes photographiées est obtenu, en particulier dans le cas de sujets sensibles tels que les enfants, les majeurs protégés ou toute personne dont l'image pourrait être utilisée de manière controversée.</p> <p>La réglementation applicable concernant la prise de vue dans des endroits publics ou privés, et notamment les restrictions spécifiques à certains lieux est respectée : les autorisations spéciales sont recueillies.</p>
---	--	--	--

Bloc de compétences 2 : Réalisation et livraison de projets photographiques

<p>A.2.1. Supervision de l'organisation d'une prise de vue en studio ou en extérieur, en tant que photographe dirigeant un projet photographique</p> <p>Le photographe doit instaurer un environnement favorisant une collaboration efficace tout au long du processus de création photographique, en tenant compte de la diversité des profils et des champs d'expertises.</p> <p>Il doit s'assurer que les équipes sont alignées sur la vision artistique et technique.</p>	<p>C11. Briefer une équipe de production photographique, en lui exposant l'idée originale, l'univers visuel et artistique, et les partis pris créatifs d'un projet, pour permettre à chacun de contribuer de manière significative à la réalisation de la vision artistique.</p>	<p>ME2 : évaluation individuelle de réalisation et de livraison de projets photographiques</p> <p>À la suite de prises de vue réalisées hors temps d'épreuves, en studio ou en reportage, chaque candidat présente au jury un ensemble de photographies composées (série de 15 à 25 photographies), ainsi qu'un livret de son travail « backstage ».</p> <p>Les candidats reçoivent un cahier des charges portant sur la nomenclature, le format, la taille des fichiers, la résolution, l'espace de couleur, etc. souhaités.</p> <p>Le livret présente des éléments de preuves, ainsi qu'une analyse artistique, technique et réflexive. Il contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le contenu du brief de l'équipe de production, - les outils de communication utilisés, 	<p>Le contexte du projet et la direction artistique sont clairement synthétisés et exposés.</p>
<p>A.2.2. Réalisation de prises de vue photographiques en studio ou en extérieur</p>	<p>C12. Diriger une équipe de production photographique, en mettant en place des outils de communication adaptés, y compris à de possibles situations de handicap, pour que chaque membre de l'équipe connaisse son rôle et ses objectifs.</p> <p>C13. Organiser l'installation et la mise en place d'une prise de vue en studio ou en extérieur, autant sur le plan logistique que sur le</p>		<p>Le rôle attendu de chacun est clairement identifié parmi les expertises attendues.</p> <p>Aucun biais de discrimination n'est mis en œuvre.</p> <p>Des adaptations en termes de modes ou de modalités de communication sont proposées, en réponse à certains cas de handicaps potentiels de membres de l'équipe.</p>

<p>Le photographe entrepreneur a la charge d'organiser et de superviser la mise en place technique et artistique d'une séance de prise de vue en studio ou en extérieur, en assurant la sécurité, le respect des règles de déontologie et la mise en œuvre de sa créativité pour produire des images conformes au projet et reflétant sa signature visuelle.</p>	<p>plan humain, tout en veillant au bon respect des règles de sécurité, de déontologie, de protection de l'environnement, pour s'assurer de conditions de réalisation optimales, sécurisées et durables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - des schémas ou photographies commentés de présentation des installations nécessaires aux prises de vue, - l'organisation logistique et de sécurité mise en place, - le travail de mise en scène artistique et d'éclairage, - le matériel utilisé, - le travail de post-production réalisé et ses moyens, - le travail de stockage photos et ses moyens. <p>Le travail photographique est présenté sous forme :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un portfolio, - d'une analyse réflexive orale du travail de sélection des photographies et des critères utilisés. 	<ul style="list-style-type: none"> - les ressources nécessaires (matériel, équipement, équipe) sont coordonnées entre elles, - les contraintes de temps et d'espace sont prises en compte. <p>Les mesures de prévention pour la préservation de la sécurité des personnes, de l'environnement, et l'intégrité du matériel sont mises en œuvre.</p> <p>Le respect de la vie privée, de la confidentialité des informations, et le consentement des modèles est vérifié au moment de la prise de vue.</p>
	<p>C14. Superviser la mise en scène artistique et l'éclairage sur un plateau de prise de vue photographique, en effectuant les ajustements nécessaires pour créer les conditions d'exécution souhaitées et assurer le traitement artistique du projet correspondant.</p>	<p>Lors de la séance d'échange avec le candidat, le jury complète son évaluation par des questions portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les adaptations des moyens de communication avec des personnes en situation de 	<p>Les décors, accessoires et éléments de mise en scène correspondent au concept artistique du projet.</p> <p>Le type d'éclairage nécessaire pour obtenir les effets désirés et créer l'ambiance souhaitée est identifié :</p> <ul style="list-style-type: none"> - choix de la lumière naturelle, de sources lumineuses

		<p>handicap qui les solliciteraient,</p> <ul style="list-style-type: none"> - le respect de la vie privée et du consentement des modèles ou sujets, - le respect de la déontologie liée au traitement de l'image. 	<p>artificielles ou d'une combinaison des deux,</p> <ul style="list-style-type: none"> - intensité et direction de la lumière. <p>La mise en scène et l'éclairage mettent en valeur le sujet à photographier.</p>
	<p>C15. Réaliser des prises de vue en mettant en œuvre son univers singulier et sa créativité, dans le but de produire des images, telles que validées à l'étape de la conception d'une part et reflétant sa signature visuelle d'autre part.</p>		<p>La technique photographique est maîtrisée : elle inclut une bonne utilisation de l'exposition, de la mise au point, de la profondeur de champ, ainsi qu'une manipulation habile de la lumière, de la couleur et de la composition.</p> <p>Les photos réalisées (portfolio) sont fidèles aux notes d'intention, moodboards et maquettes présentées.</p> <p>L'identité visuelle est respectée</p> <p>La déontologie professionnelle est respectée.</p> <p>La composition de la série photographique est équilibrée et harmonieuse.</p>

<p>A.2.3. Réalisation et/ou supervision des étapes de post-production de projets photographiques, jusqu'à la livraison au client</p> <p>Le photographe doit éditer ses images pour donner une cohérence visuelle à son travail (ou série). Il prépare les fichiers selon les critères requis pour chaque type de diffusion : publication en ligne ou impression. Les fichiers doivent répondre aux normes de qualité requises par la chaîne graphique, spécifique à chaque mode de diffusion. Cela implique de maîtriser les processus de post-production, de gestion des couleurs et du choix des formats de fichiers pour garantir un rendu optimal sur différents supports.</p> <p>Le photographe peut diriger une équipe de postproduction qui se charge de ces activités, ou les réaliser lui-même.</p>	<p>C16.Sélectionner (éditer) parmi toutes les prises de vue photographiques, les images les plus cohérentes et les plus réussies pour correspondre à l'intention préalable.</p>		<p>Un esprit critique est mis en œuvre dans l'editing opéré.</p> <p>Les photographies sélectionnées présentent les caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le sujet principal est clairement défini, permettant au spectateur de comprendre immédiatement ce que la photo cherche à communiquer, - les éléments visuels sont disposés de manière à guider le regard du spectateur, - les photographies suscitent des émotions et sont impactantes, - les photographies sont originales et créatives : elles offrent une perspective unique sur le sujet (choix du point de vue, utilisation de techniques spéciales ou façon dont le sujet est traité).
<p>Dans cette étape, le photographe réalise également un traitement créatif et artistique des images produites, en fonction de la</p>	<p>C17. Réaliser le traitement et la retouche d'images numériques de manière critique et esthétique, pour exprimer sa créativité, améliorer la qualité</p>		<p>L'utilisation d'un logiciel de retouche d'images professionnel tels qu'Adobe Photoshop, Lightroom, Capture One, ou autres logiciels similaires, est</p>

<p>commande initiale ou de l'idée originale, notamment en retouchant celles-ci. Il utilise pour cela des logiciels professionnels de développement, notamment la suite Adobe pour la retouche, la gestion des couleurs, et éventuellement des logiciels de 3D ou à base d'intelligence artificielle en veillant à respecter les règles déontologiques inhérentes à l'usage de ce type de logiciels.</p>	<p>visuelle, ou s'adapter aux supports de diffusion, dans le respect de la déontologie du métier.</p>		<p>maîtrisée : les retouches sont précises, sans faux raccords, et/ou créatives.</p> <p>Les aspects à améliorer et les zones à retoucher sont identifiés de façon critique, tout en préservant l'intégrité visuelle de l'image.</p> <p>La nature des retouches est adaptée aux supports de diffusion prévus.</p> <p>Les retouches apportées sont le reflet de la signature visuelle du photographe.</p>
	<p>C18. Préparer les images à livrer à un client, en veillant à leur caractéristiques (taille, format de fichier, profondeur d'échantillonnage, résolution, espace de couleur), pour répondre aux normes de qualité numérique requises par la chaîne graphique, selon leur utilisation finale.</p>		<p>Le cahier des charges portant sur leurs caractéristiques (taille, format de fichier, profondeur d'échantillonnage, résolution, espace de couleur), des images est respecté.</p> <p>Les images livrées sont compatibles avec leur destination et l'exploitation qui en sera faite.</p>

	<p>C19. Superviser l'impression des photographies, en vue d'obtenir des tirages de qualité professionnelle, fidèles à l'affichage des prises de vues numériques lorsqu'elles sont observées à l'écran.</p>		<p>L'impression respecte les recommandations de la norme ISO 3664:2009 ou ses versions ultérieures de remplacement ou de mise à jour.</p> <p>La qualité d'impression des photographies démontre une gestion des couleurs maîtrisée selon les critères de l'ICC (International Color Consortium), et un niveau professionnel en termes de densité, d'équilibre des couleurs, de contraste, de netteté et de choix adéquat du papier.</p> <p>Des logiciels spécialisés sont utilisés, aussi bien pour le calibrage de l'imprimante en fonction des papiers utilisés, que pour le contrôle des paramètres d'impression (gestion des couleurs, résolution d'impression).</p>
--	--	--	--

<p>A.2.4. Organisation et valorisation de son fonds photographique</p> <p>Le photographe doit témoigner de son évolution créative, préserver ses droits d'auteur, ainsi que l'ensemble de son œuvre photographique (ses meilleures réalisations, ses archives personnelles et professionnelles, ses publications, ses documents de travail, etc.) ; ce qui lui demande une organisation adéquate, et sa mise en œuvre dans la durée.</p>	<p>C20. Adopter des solutions de sauvegarde et de stockage pérennes et sécurisées, pour prévenir la perte de photographies et de travaux, et faciliter la possibilité de partage et de promotion de son fonds photographique.</p>		<p>Des supports de stockage dédiés et des disques durs externes sont utilisés.</p> <p>Des logiciels de gestion des données numériques (Lightroom, Capture One ou des solutions équivalentes et/ou innovantes) sont utilisés.</p>
	<p>C21. Concevoir efficacement la gestion de son stock photos, en indexant avec logique et rigueur son stock d'images, afin d'en faciliter l'exploitation et l'archivage.</p>		<p>A chaque image sont attachées des métadonnées de copyright (pour la traçabilité des droits d'auteurs) ainsi que des métadonnées descriptives (selon le standard IPTC¹), légendes et mots-clés.</p> <p>Les fichiers numériques sont indexés de façon rigoureuse.</p>

¹ IPTC : International Press Telecommunications Council

Bloc de compétences 3 : Création et pilotage d'une entreprise de photographie

<p>A.3.1 Création d'une activité professionnelle de photographie</p> <p>Différentes spécialisations existent, telles que la photographie commerciale, la photographie traditionnellement dite « sociale » (photographies de mariage, scolaires ou portraits notamment), la photographie corporate, documentaire, de presse ou encore la photographie artistique.</p> <p>Quelle que soit la spécialisation choisie, le photographe crée un univers et un style qui lui sont propres. Ils sont plus ou moins marqués selon qu'il travaille en tant qu'auteur ou non.</p> <p><u>Choix de statut(s) d'activité :</u> La création d'activité est déterminée par le positionnement du photographe professionnel entre différentes catégories bénéficiant de fiscalités distinctes : free-lance, artisan, auteur,</p>	<p>C22. Identifier parmi les différents segments du marché de la photographie ceux sur lesquels se positionner, en fonction de son environnement et de ses appétences, pour élaborer un projet d'activité professionnelle.</p>	<p>ME3 : épreuve individuelle de création et de pilotage d'entreprise</p> <p>On demande au candidat d'élaborer et de présenter devant un jury, un plan d'affaires complet et argumenté, comprenant les éléments ci-dessous.</p> <p>1. Un business plan synthétisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - description de l'entreprise, - analyse du marché et de la concurrence, - produits ou services offerts, - stratégie de marketing et de vente, - plan de développement, - plan d'investissements et de financement, - analyse des forces, faiblesses, opportunités, menaces, - annexes (incluant le CV du dirigeant). <p>2. Des livrables complémentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une note explicative précisant le bien fondé des statuts juridiques, sociaux et fiscaux choisis, 	<p>Les segments du marché de la photographie choisis correspondent aux compétences, aux centres d'intérêt et à l'environnement du candidat.</p> <p>Le segment est porteur et permet d'envisager la viabilité de l'entreprise.</p> <p>Une analyse comparative des différents statuts, basée sur les publications de la profession (relatives à l'entrepreneuriat et aux spécificités du secteur) est réalisée.</p> <p>Les préconisations propres à la profession sont prises en compte.</p> <p>Les choix opérés sont argumentés par l'exploitation de cette analyse et par sa transposition au profil du candidat.</p>
<p>C23. Choisir les statuts juridiques, sociaux et fiscaux les mieux adaptés à la nature des catégories d'activités photographiques ciblées, en comparant leurs incidences financières, sociales et fiscales, et en étudiant leur possible complémentarité, afin de créer sa structure.</p>			

<p>photojournaliste (parfois pigiste) ; ces différents statuts peuvent se cumuler.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - la stratégie d'équipement pour commencer une activité, - une identification des contacts et notamment des organisations professionnelles pouvant accompagner à la création d'une activité et la mise en application de l'ensemble des obligations juridiques, - un contrat commercial type, - des Conditions Générales de Ventes (CGV), - des éléments d'identité visuelle, - le détail et la construction de l'offre proposée, et le pitch de cette offre, - la prise en compte de l'éthique et de la durabilité, - une grille tarifaire, - des tableaux, indicateurs et calculs de suivi financier. 	
<p>A.3.2. Construction d'un plan d'affaires ou "business plan"</p> <p>Un business plan est un outil de pilotage à court et moyen termes, et de communication à destination d'établissements financiers, qui comprend les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - note de synthèse - description de l'entreprise - analyse du marché et de la concurrence produits ou services offerts - stratégie de marketing et de vente - plan de développement - plan d'investissements et de financement - analyse des forces, faiblesses, opportunités, menaces - annexes (incluant le CV du dirigeant). 	<p>C24. Établir un plan d'affaires à court et moyen termes, en synthétisant et analysant chacune de ses parties constitutives, afin de disposer d'une feuille de route détaillée pour la création, le développement et la gestion d'une entreprise de photographie.</p>	<p>Lors de la séance d'échange avec le candidat, le jury complète son évaluation par des questions portant sur :</p>	<p>Le business plan apporte des réponses à court et moyens termes, concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs de l'entreprise, - l'analyse de marché, - la réflexion stratégique marketing et de vente, - les produits et services offerts, - la faisabilité financière du projet, - la capacité d'investissement, - l'anticipation de défis/risques et opportunités potentiels. <p>Le business plan est complet, viable et réalisable.</p> <p>Il est cohérent avec le marché visé : les données chiffrées sont réalistes (le chiffre d'affaires prévisionnel et les charges sont identifiés).</p> <p>Le seuil de rentabilité est calculé à court et moyen termes.</p>

	<p>C25. Définir sa stratégie d'équipement en termes de matériel photographique professionnel, informatique et de sauvegarde, en cohérence avec son business plan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - l'éthique liée à l'utilisation de l'IA, - les pratiques durables. 	<p>Les choix de matériel sont justifiés et adaptés à la fois au budget et à la pratique effective du candidat (par exemple, portrait vs reportage, vs photographie commerciale).</p> <p>La proportion entre les achats et/ou la location est financièrement viable.</p>
<p>A.3.3. Encadrement juridique des relations avec ses clients, en application de la réglementation relative à la profession de photographe et à la photographie en tant qu'objet</p> <p>Les photographies font l'objet d'un régime juridique spécifique, s'articulant entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le droit d'auteur (sous l'angle à la fois moral et patrimonial), dont l'objectif est de protéger le travail du photographe, - et le droit à l'image (sous l'angle du respect de la vie privée, de l'image des personnes mineures et majeures, et de l'image des biens), qui veille au respect des droits des individus vis-à-vis du photographe. 	<p>C26. Appliquer les obligations juridiques, d'assurances et de médiation de la consommation d'une activité de photographe, dans le respect des réglementations en vigueur, afin de s'assurer de la mise en œuvre des mesures de prévention et de communication à destination du public, en la matière.</p>		<p>Les obligations juridiques sont respectées par l'apport d'identification de contacts et/ou de devis en matière de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - responsabilité civile professionnelle et d'exploitation, - assurance multirisques professionnelle, - assurance complémentaire santé du micro-entrepreneur ou du chef d'entreprise, - service de médiation à la consommation.
	<p>C27. Rédiger un contrat commercial type, régissant les droits et obligations du photographe entrepreneur et de ses clients, pour clarifier les éléments et les coûts de la prestation auprès de</p>		<p>Les principales clauses sont présentes et juridiquement correctes, selon la législation applicable.</p>

<p>Le photographe entrepreneur veille à créer les outils et mettre en œuvre les actions de prévention nécessaires au respect de ces droits.</p>	<p>ses destinataires, et éviter que sa responsabilité ne soit indûment engagée.</p>		<p>Les droits et obligations des parties sont explicites et protectrices pour chacune.</p> <p>Les règles relatives au droit à l'image et au droit d'auteur sur Internet et sur les réseaux sociaux, ainsi que le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) sont respectées.</p> <p>Les conditions générales de vente ou d'utilisation (et autres obligations légales) sont transmises ou accessibles.</p>
<p>A.3.4. Positionnement d'une offre photographique distinctive et éthique, sur un marché cible</p> <p>Le photographe crée et développe une signature visuelle propre à son entreprise.</p> <p>Il construit une offre singulière en affichant clairement les produits et services proposés, ainsi que les bénéfices pour les clients.</p>	<p>C28. Créer un univers singulier, en appliquant des critères de choix iconographiques et éditoriaux originaux, afin d'être facilement et rapidement identifiable, en tant que photographe professionnel.</p>		<p>La vision est originale et singulière : l'univers visuel est distinctif et reconnaissable. Il est caractérisé par des choix iconographiques et des approches éditoriales originales ou conformes aux attendus du marché visé.</p> <p>L'esthétique est cohérente et uniforme : elle reflète fidèlement la vision artistique, renforce la reconnaissance du style et</p>

<p>Il pratique une éthique, notamment relative à l'utilisation d'une IA (Intelligence Artificielle) dans ses créations photographiques.</p> <p>Il veille à réduire son empreinte écologique tout en offrant des services de qualité à ses clients, et participe ainsi à la préservation de l'environnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilisation de matériel photographique éco-responsable, - stockage numérique en local plutôt qu'en cloud, - démarche éco responsable sur le terrain, - sensibilisation au développement durable à travers l'art, - collaboration avec des partenaires engagés, le cas échéant. 	<p>C29. Structurer une offre différenciante de photographie professionnelle, sur son ou ses marchés cibles, en s'adaptant en permanence aux tendances observées, pour maintenir un avantage compétitif en termes de proposition de valeur.</p>		<p>favorise une identification rapide sur le marché.</p> <p>Le pitch de l'offre est efficace :</p> <ul style="list-style-type: none"> - clair et concis - persuasif - mettant en avant les points forts (produits/prestations, univers artistique). <p>Les bénéficiaires clients de l'offre proposée sont identifiés.</p> <p>Des prestations complémentaires à la réalisation de photographies, permanentes et temporaires, sont proposées. Par exemple : impression et encadrement, création d'album.</p> <p>Le choix et le niveau de qualité des services sont adaptés aux segments du marché visé.</p> <p>Les différentes tâches correspondantes sont identifiées en vue d'une facturation suffisamment rémunératrice.</p>
---	--	--	--

	<p>C30. Intégrer l'éthique de l'utilisation de l'IA dans sa pratique professionnelle de photographe, en établissant des protocoles de communication à destination des clients et/ou du public, afin de préserver l'intégrité des images produites sans intelligence artificielle et d'identifier l'inverse.</p>		<p>L'utilisation d'une IA générative, si tel est le cas, est indiquée à la clientèle.</p> <p>Le droit à l'image est respecté.</p> <p>Une attention est portée pour qu'aucun message trompeur ne soit véhiculé par des images conçues ou modifiées grâce à une IA.</p>
	<p>C31. Mettre en œuvre des pratiques durables tout au long d'un processus de création et de commercialisation de projets photographiques professionnels, pour réduire l'empreinte écologique de ceux-ci.</p>		<p>Au moins deux des pratiques suivantes sont mises en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - économies d'énergie, ou abonnement à des fournisseurs d'électricité verte, - limitation des déplacements ou déplacements par des moyens permettant de réduire son empreinte carbone, - utilisation d'appareils photo et d'objectifs de seconde main ou reconditionnés, - réduction significative des volumes de consommables (papier, encre, décors), - gestion appropriée des déchets. recyclage des batteries usagées notamment, - mise en lumière des enjeux environnementaux à travers son art (par exemple, témoignage visuel de l'urgence de la crise climatique),

			<ul style="list-style-type: none"> - Respect des réglementations d'évitement de la perturbation de la faune et de la flore, - Partenariats avec des fournisseurs écoresponsables, locaux ou de proximité, - Hébergement du site Internet auprès d'un hébergeur labellisé « green ». <p>Ces choix font l'objet d'une communication vers la clientèle.</p>
<p>A.3.5. Pilotage au quotidien de la gestion financière d'une activité de photographe indépendant</p> <p>Cette activité comprend la budgétisation du fonctionnement de l'entreprise, le suivi des charges et des revenus, le calcul de marge, l'élaboration d'une grille tarifaire, la facturation, le recouvrement, le suivi de la trésorerie, l'anticipation des charges fiscales et la gestion des investissements, notamment de matériels et d'équipements photographiques.</p>	<p>C32. Élaborer une grille tarifaire résultant d'une réflexion économique qui corresponde aux segments de marché visés et à la viabilité de son entreprise, afin de bénéficier de prix justes et compétitifs, tout en assurant une transparence et une clarté pour ses clients.</p>		<p>La grille tarifaire est construite à partir d'une réflexion poussée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les coûts sont pris en compte de façon globale (heures de préparation, de post-production, de communication avec le client, frais de fonctionnement, ...), - un calcul de marge est réalisé, - les tarifs sont alignés avec le type de clientèle (haut de gamme vs grand public par exemple), - le nombre de clients est intégré. <p>Le choix de(s) méthode(s) de tarification est justifié, parmi les formules, les frais à la séance, les forfaits, les options ou collections, par exemple.</p>

	<p>C33. Piloter le suivi financier de sa structure, en lien avec les dispositifs réglementaires de son ou ses statuts, leurs obligations fiscales et son chiffre d'affaires, afin d'optimiser ses revenus tout en maintenant la viabilité de son entreprise.</p>		<p>Les outils de suivi budgétaire élaborés sont synthétiques et opérationnels :</p> <ul style="list-style-type: none">- les indicateurs sont issus de données facilement accessibles,- les résultats sont exploitables en vue d'une aide à la décision,- les courts, moyens voire long termes sont pris en compte. <p>Les principaux mécanismes de catégorisation des recettes et des dépenses, de la comptabilité, et de suivi de la TVA sont pris en compte et adaptés au régime fiscal retenu.</p>
--	--	--	---

Bloc de compétences 4 : Pilotage et développement d'une stratégie de communication, marketing et commerciale d'une entreprise de photographie

A.4.1. Conception et développement d'une stratégie de communication et de marketing

L'objectif du photographe entrepreneur est de développer la visibilité de son activité, notamment en développant sa présence en ligne, en mettant en évidence son expertise et son style distinctif.

Il déploie une stratégie digitale, en identifiant les canaux de diffusion, les cibles et les contenus appropriés, en animant et en contrôlant sa présence et sa visibilité en ligne sur les médias et réseaux sociaux spécialisés ou non, en référençant et en diffusant ses contenus pour rendre visible son activité de photographe professionnel au plus grand nombre et renforcer sa réputation.

C34. Développer un ensemble de travaux de référence, illustrant sa signature visuelle et son positionnement de marché, afin de donner aux acheteurs potentiels une vue d'ensemble représentative de ses savoir-faire, de ses domaines d'activité et de son identité de photographe.

ME4 : épreuve individuelle de stratégie de communication, marketing et commerciale d'entreprise

On demande au candidat d'élaborer et de présenter devant un jury :

- un site Internet présentant notamment ses réalisations photographiques,
- des illustrations de sa communication sur différents canaux généraux et spécialisés,
- une identification d'événements professionnels utiles à son développement commercial,
- une démarche de prospection,
- une carte de visite.

Les membres du jury évaluent le référencement naturel des activités professionnelles du candidat en

Le site Internet présente les qualités suivantes :

- de qualité professionnelle,
- démontrant une signature visuelle singulière,
- représentatif de l'offre proposée (style, positionnement, adaptée au public visé),
- ne présentant pas d'erreurs de conception (pas d'images réalisées avec d'autres moyens que les siens, pas d'images issues de banques d'images).

La prise en compte des tendances du marché est perceptible et mise en avant.

Une cohérence visuelle se dégage en termes de style, de couleurs et de tonalité ; une esthétique et une ambiance spécifiques sont perceptibles sur le site Internet.

	<p>C35. Concevoir un site Internet, en cohérence avec sa stratégie commerciale, en mettant en avant ses talents et ses réalisations photographiques, pour promouvoir son offre et s'appuyer sur une véritable vitrine digitale de ses compétences.</p>	<p>réalisant pendant l'épreuve une recherche sur Internet.</p> <p>Lors de la séance d'échange avec le candidat, le jury complète son évaluation par des questions portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ses abonnements à des newsletters ou autres sources de veille, en relation avec le marché visé, - les enseignements issus de son travail de veille, - ses idées prospectives. 	<p>Les œuvres clés sont présentées de manière attrayante et bien organisées sur le site Internet.</p> <p>Des boutons d'« appel à l'action » sont intégrés, (exemples « me contacter », « demander un devis », « me suivre sur Instagram »).</p> <p>Une stratégie de référencement efficace est mise en œuvre.</p> <p>Seules des images appartenant au photographe sont utilisées.</p> <p>Un premier niveau de prise en compte du handicap est mis en œuvre dans la conception du site.</p> <p>Les obligations légales des sites Internet sont respectées (mentions légales, RGPD).</p>
	<p>C36. Déployer une stratégie de diversification de sa communication sur différents canaux, en animant son site Internet, en optimisant sa présence et sa stratégie de</p>		<p>La présence sur plusieurs réseaux sociaux généraux (Instagram, LinkedIn, Tik Tok, X) et spécialisés (Behance) est travaillée par une communication professionnelle</p>

	<p>publication sur les réseaux sociaux, pour renforcer sa marque, améliorer sa réputation en ligne et acquérir de nouveaux clients.</p>		<p>et une présentation régulière de son activité.</p>
<p>A.4.2. Définition d'une stratégie commerciale</p> <p>Le photographe entrepreneur élabore une stratégie commerciale adaptée et efficiente, en organisant un plan de prospection des clients correspondant à ses cibles, en identifiant des contacts de prescripteurs et/ou d'acheteurs, et en développant un argumentaire de vente, dans le but de saisir des opportunités qui développent son chiffre d'affaires, dans la durée.</p> <p>Il suit l'évolution de son carnet de commandes tout en démarchant de nouveaux clients et en répondant à des appels d'offres.</p>	<p>C37. Développer la promotion et la diffusion de son offre auprès des professionnels et du grand public, notamment lors d'événements, afin de développer sa notoriété.</p>		<p>Les photos publiées ou présentées sont accompagnées d'une légende explicative.</p> <p>Les salons professionnels, les événements réunissant la profession, les vernissages, festivals etc. où développer sa présence sont identifiés.</p> <p>Les concours, bourses, prix auxquels le candidat envisage de se présenter sont identifiés.</p> <p>Au moins 2 événements en lien avec son activité, auxquels il envisage de participer, et le calendrier correspondant, sont indiqués.</p>
	<p>C38. Développer un réseau professionnel physique et en ligne, en augmentant ses contacts professionnels, en identifiant les réseaux influents et spécifiques au secteur de la</p>		<p>Les réseaux, organisations et annuaires professionnels, utiles à la prospection sont identifiés.</p>

	<p>photographie, pour les segments de marché et d'activité choisis, dans le but de prospector une clientèle.</p>		
<p>A.4.3. Mise en œuvre d'une veille stratégique, opérationnelle, et prospective</p> <p>Le photographe entrepreneur réalise une veille rigoureuse sur son domaine d'activité afin de suivre les évolutions technologiques, très nombreuses dans ce secteur. La veille porte également</p>	<p>C39. Prospector activement des clients prescripteurs, diffuseurs, voire des banques d'images, pour donner une valeur ajoutée à son stock de photographies et développer son chiffre d'affaires.</p> <p>C40. Réaliser un travail de veille en repérant notamment les évolutions sociétales, les tendances artistiques et les innovations technologiques en lien avec la photographie, pour identifier des pistes d'évolution, des stratégies, des opportunités</p>		<p>La démarche de prospection est présentée sous forme de plan d'actions : une base de données de contacts de 1^{er} niveau et un calendrier d'événements sont présentés.</p> <p>Les plateformes de banques d'images choisies (Alamy, Hans Lucas, Adobe Stock, 500px) correspondent au type de photographies proposées par le candidat : les sujets et thèmes proposés sont effectivement populaires et recherchés sur la/les plateforme(s) choisie(s), des ventes sont effectives.</p> <p>Les moyens utilisés pour la veille sont des sources spécialisées, fiables, actualisées et tournées vers la prospective.</p> <p>Une liste de newsletters, comptes Instagram, abonnements de presse auxquels il est inscrit sont identifiées : elles sont</p>

sur les tendances sociétales, artistiques et culturelles, le métier et le secteur d'activité de la photographie, et sur la réglementation.	et des risques pour son activité professionnelle.		effectivement sources d'inspiration et de suivi des tendances.
--	---	--	--