Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 326**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Créatifs en communication

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Association Forcom Sup de Creation - Ecole Supérieure de Créatifs en Communication	Directeur Sup de Création, Directeur de l'école

Cette certification fait l''objet d''une co-délivrance : tous les certificateurs doivent être signataires

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

321t Réalisation du service : Rédaction et production de projets

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le (la) concepteur(trice)-rédacteur(trice) et le (la) directeur(trice) artistique publicitaires font partie de ce que l'on appelle, dans le milieu publicitaire, le « team créatif » ; soit une équipe de créatifs composée de deux personnes exerçant deux métiers complémentaires et travaillant ensemble sur un pied d'égalité. Au sein d'une agence conseil en communication (publicité par exemple), ils ont pour activité principale de recevoir un brief (synthèse d'une stratégie de communication élaborée par le service commercial pour une entreprise cliente), de le comprendre et de lui apporter une réponse pertinente et originale en tenant compte de contraintes (financières, de média utilisé, de cible visée, etc.).

1) Capacités : - Tous deux ont un même travail de réflexion (c'est la partie dite de conception) devant aboutir à une idée susceptible d'attirer l'attention et de convaincre le public visé par le message (spot TV, spot radio, affiche, annonce presse, etc...).
- Tous deux ont un état d'esprit « créatif » ou maîtrisent des techniques de créativité ou des méthodologies créatives leur permettant de trouver rapidement un grand nombre d'idées et d'être en mesure de faire un tri efficace parmi celles-ci.
- Ils mettent en scène cette idée sous forme de maquettes (le concepteur-rédacteur ayant alors la responsabilité des textes et le directeur artistique celle de la mise en page ou mise en images) qui seront présentées en interne aux commerciaux responsables du budget puis, si accord, en externe auprès du client (Directeur de la Communication, Directeur Marketing, Chef de groupe produits, etc...).
- Ils supervisent la réalisation de la campagne de publicité en participant au choix des sous-traitants spécialisés (photographe, mannequin, illustrateur, réalisateur, comédien, etc...), aux réunions de pré-production, parfois aux négociations financières...Ils sont responsables du produit final.

2) Compétences :
- Connaissances en marketing nécessaires à la compréhension de la démarche du chef de publicité responsable du budget produit et de la stratégie de communication : informations sur les marchés, les circuits de distribution, les innovations produits, les marques, le positionnement.
- Compréhension des différents actes d'achat et des différentes décisions d'achats (rôle des prescripteurs, etc...). Intérêt pour la psychologie individuelle et collective et les motivations.
- Connaissance des médias (positionnement, typologie d'audience, part de marché) et de leurs contraintes en termes de conception et de réalisation des messages (notamment la durée d'exposition ou le temps maximum imparti).
- Connaissance de l'histoire de la publicité (permet de ne pas répéter les idées du passé ou de les pasticher). Curiosité large pour l'histoire de l'Art pour les directeurs artistiques et pour la culture images en général ; les rédacteurs seront plus axés sur les différents types d'écriture.
- Connaissance de la chaîne graphique, de la photogravure, des papiers, des procédés d'impression, des possibilités de façonnage.
- Savoir analyser une publicité (sémiologie), savoir juger ses propres idées.
- Savoir découvrir une tendance (veille et décryptage phénomènes de mode).
- Capacité à rédiger court ou long sur tous les produits, services ou type d'entreprises pour les futurs concepteurs rédacteurs.
- Capacité à mettre en page (usage logiciels PAO), à savoir cadrer un visuel, à choisir une typographie pour un futur directeur artistique.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Lieux d'exercice de l'activité : - Agence de Publicité grand public (image produit),
- Agence de Publicité Corporate (image d'entreprise),
- Agence de Publicité B to B (pub d'entreprise à entreprises),
- Agence de Marketing Services,
- Agence de Marketing Direct,
- Agence de Promotion des Ventes,
- Agence de Motivation,
- Agence Evènements,
- Service de publicité interne d'entreprise,

- Studio de création graphique,
- A domicile pour les indépendants (ou free lance).

Types d'emplois accessibles : - Concepteur-Rédacteur Publicitaire
- Directeur-Artistique Publicitaire

Selon la taille des agences, ils seront immédiatement CR ou DA junior, ou, pour les DA, passeront par une période d'assistanat (très grande agence parisienne).

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1205 : Réalisation de contenus multimédias

E1104 : Conception de contenus multimédias

Réglementation d'activités :

Convention collective Entreprises de la publicité.

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

L'évaluation des acquis au cours des 2 années de formation s'effectuent sous forme de : - Exposés étudiants,
- Travaux de rédaction ou de graphisme, en solo, réalisés sur le site et hors site,
- Questionnaire de fin de trimestre,
- Travaux en teams (réponses aux briefs, projets publicitaires sous forme de maquette PAO et présentation orale),
- Observations en situation de travail (stages agences),
- Constitution et présentation d'un dossier créatif personnel (ou book) contenant les meilleurs projets publicitaires de l'étudiant. Dossier jugé par les intervenants école, les responsables de stage, le jury de passage en deuxième année et le jury de fin d'études. Ce book est la pièce maîtresse pour obtenir un stage puis un emploi.

Validité des composantes acquises : 2 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		5 membres (simulation d'entretien d'embauche) : - 4 professionnels en activité : le responsable de stage de fin d'études (CR, DA ou DC = Directeur de Création) + 3 autres CR ou DA ou DC ne connaissant pas l'étudiant - Le Directeur de Sup de Création.
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue		X	
En contrat de professionnalisation		X	
Par candidature individuelle		X	
Dispositif VAE non prévu à l'heure actuelle		X	

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 03 juillet 1997 publié au Journal Officiel du 18 juillet 1997 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 14 octobre 1992 publié au Journal Officiel du 05 novembre 1992 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique : homologation du titre sous l'intitulé 'Titre de créatif en communication, option conception rédactionnelle ou option direction artistique'.

Renouvellements :
- Arrêté du 31 juillet 2000 publié au Journal Officiel du 11 août 2000 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique.
- Arrêté du 09 décembre 2002 publié au Journal Officiel du 18 décembre 2002 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique.
- Décret n° 2004-171 du 19 février 2004 modifiant le décret n° 2002-616 du 26 avril 2002 relatif au répertoire national des certifications

professionnelles (publié au Journal Officiel du 22 février 2004). La validité du titre est prorogée jusqu'au 31 décembre 2005.

Pour plus d'informations

Statistiques :

17 bénéficiaires du titre dans l'année

Autres sources d'information :

http://www.supdecreation.org
http://www.metiers.be
http://www.leclubdesad.org
http://www.aacc.fr

Lieu(x) de certification :

ECOLE SUPERIEURE DE CREATIFS EN COMMUNICATION (SUP DE CREATION)
68, rue de Lille
59100 Roubaix

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Historique de la certification :

Ancien libellé : Titre de créatif en communication, option conception rédactionnelle ou option direction artistique (Arrêté du 14 octobre 1992 publié au Journal Officiel du 05 novembre 1992).